



Социальная коммуникация в современном российском обществе

**СБОРНИК ДОКЛАДОВ
ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ**

(Москва, 20 октября 2022 г.)

**Москва
2023**

Российское общество социологов
Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук
Социологический факультет ГАУГН

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

СБОРНИК ДОКЛАДОВ
ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

(Москва, 20 октября 2022 г.)

Москва
2023

УДК 316.1
ББК 60.56
С69

Утверждено к печати Ученым советом ФНИСЦ РАН

Рецензенты:

д-р социол. наук *Д. Л. Константиновский*
(Институт социологии ФНИСЦ РАН)
д-р филос. наук, проф. *Б. С. Павлов*
(Институт экономики Уральского отделения РАН)

Редакционная коллегия:

В. А. Мансуров (отв. ред.), *Т. З. Адамьянц* (отв. ред.),
Е. Ю. Иванова, П. С. Юрьев

С69

Социальная коммуникация в современном российском обществе : сборник докладов Всероссийской научно-практической конференции (Москва, 20 октября 2022 г.) / Отв. ред. В. А. Мансуров, Т. З. Адамьянц ; ред. Е. Ю. Иванова, П. С. Юрьев. – Москва : РОС ; ФНИСЦ РАН, 2023 – 567 с. 1 электрон. опт. диск. (CD-ROM).

ISBN 978-5-89697-412-3

DOI 10.19181/sbornik.978-5-89697-412-3.2023

EDN [KSDNDP](#)

В сборнике представлены тексты докладов более 100 участников Всероссийской научно-практической конференции «Социальная коммуникация в современном российском обществе», которая прошла в октябре 2022 года. Тематика опубликованных материалов охватывает теоретические, методические и прикладные аспекты функционирования социальной коммуникации в современном российском обществе.

Представленный в сборнике обширный и актуальный материал выстроен по следующим тематическим главам: научно-теоретические аспекты современной социологической науки о социальной коммуникации; социальная коммуникация как отражение и катализатор социально значимых процессов современного российского общества; медиапространство и медиакommunikации; коммуникационные механизмы и возможности в решении задач образования, воспитания и гармоничного развития личности; коммуникационные механизмы в решении задач культурного наследия и связи поколений; социальная коммуникация как отражение и катализатор глобальных процессов в медицине, экологии, экосфере.

Материалы сборника будут интересны для специалистов самого широкого профиля, чья деятельность так или иначе связана с социальной коммуникацией: социологов, журналистов, психологов, культурологов, педагогов, управленцев и т. д., а также для экспертов и аналитиков, исследующих особенности влияния сферы социальной коммуникации на социально значимые процессы.

УДК 316.1

ББК 60.56

ISBN 978-5-89697-412-3

© Авторы, текст, 2023

© РОС, 2023

© ФНИСЦ РАН, 2023

Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ	9
Глава 1.	
НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ НАУКИ О СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ (ПО МОТИВАМ ВЫСТУПЛЕНИЙ НА ПЛЕНАРНОМ ЗАСЕДАНИИ).....	10
Адамьянц Т. З.	
ПРЕДМЕТ И ЗАДАЧИ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ НАУКИ О СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	11
Вартанова Е. Л.	
РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНФЛИКТА В УСЛОВИЯХ НОВОЙ СУБЪЕКТНОСТИ МЕДИАСРЕДЫ	18
Коломиец В. П.	
МЕДИА В ПРОСТРАНСТВЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ	33
Мамедов А. К.	
«СМЕРТЬ ТЕКСТА» КАК СОЦИАЛЬНАЯ ДРАМА ПОСТМОДЕРНА.....	41
Шариков А. В.	
РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ РОССИИ В ГЛОБАЛЬНОМ ИНФОРМАЦИОННОМОНЛАЙН-ПРОСТРАНСТВЕ: ДИНАМИЧЕСКИЕ И ТОНАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ 2020–2022 гг.	45
Шарков Ф. И., Силкин В. В.	
ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОЛОГИИ ЧЕЛОВЕКА, МЕДИА-И НООСФЕРНОГО ПРОСТРАНСТВА.....	64
Глава 2.	
СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ И КАТАЛИЗАТОР СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА....	73
Абрамова С. Б.	
ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ФАКТОР СТОЛКНОВЕНИЯ ОФЛАЙН И ОНЛАЙН МОДЕЛЕЙ ГРАЖДАНСКОГО АКТИВИЗМА	74
Гайдар П. Е.	
ОРГАНИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВАПРИ ИНИЦИИРОВАНИИ СОЗДАНИЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ С ЦЕЛЬЮ РЕШЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ВОПРОСОВ МЕСТНОГО ЗНАЧЕНИЯ.....	78
Галямова К. Р.	
ЦИФРОВИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПОТОКОВ И ЕЁ СОЦИАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ .	85
Гезалов А. А.	
СОЦИАЛЬНОЕ КОММУНИКАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК ПОЛЕ ДИАЛОГА КУЛЬТУР.....	89
Градосельская Г. В.	
СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ В ИЗМЕНЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ: ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СЕТЕВОГО КАРТИРОВАНИЯ РОССИЙСКИХ УЧЁНЫХ-ГУМАНИТАРИЕВ	95
Губанов А. В., Зотов В. В.	
ОТРАЖЕНИЕ АКТУАЛЬНЫХ ОБЩЕСТВЕННО ЗНАЧИМЫХ ПРОБЛЕМ РЕГИОНА В ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОВЕСТКЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА.....	105
Демьяненко В. И.	
ПРОСТРАНСТВО СУБЪЕКТНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМЫ	110
Дубровин В. Л.	
СУБЪЕКТЫ ПРОЦЕССА МЕДИА-КОММУНИКАЦИИ, ФОРМИРУЮЩИЕ СПЕЦИФИКУ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОСВЕЩЕНИЯ РАЗНЫХ СФЕР ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА.....	116
Заводовская О. В.	
АКТУАЛЬНЫЕ СМЫСЛЫ СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОБОРСТВА: ВЫЗОВЫ И УГРОЗЫ	121
Зверева М. М.	
ПРИНЦИПЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДОВ: КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ	125
Иванова Е. Ю.	
ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ДИПЛОМАТИИ.....	128
Комиссаров С. Н.	
ОТЕЧЕСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА КАК ОБЪЕКТ ИНФОРМАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ.....	140
Кочкин А. А.	

«ВАУ-ЭФФЕКТ» ДЕВИАЦИИ В МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ ИЛИ КАК МЫ ПИТАЕМСЯ НЕНОРМАЛЬНОСТЬЮ	145
Крыштановская О. В., Мещерякова Н. Н. ВЫБОРЫ И СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СЕТИ	150
Ларина М. А. ТРАНСФОРМАЦИЯ РОССИЙСКОГО ТЕАТРА В СИСТЕМЕ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ.....	156
Муханова М. Н. СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРОЦЕССАХ РОССИЙСКОГО СЕЛА	164
Надточаева Н. В. «КОММУНИКАТИВНЫЕ МЕТОДЫ» КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ	171
Намруева Л. В. РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЖИЗНЕННОМ ПРОСТРАНСТВЕ СЕЛЬСКИХ ЖИТЕЛЕЙ.....	175
Плотников В. В., Кубякин Е. О. СОЦИО-КОММУНИКАТИВНЫЙ АНАЛИЗ КОНФЛИКТОГЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА НЕЭТНИЧЕСКОЙ ПЛЮС-МИГРАЦИИ В Г. КРАСНОДАРЕ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ТРЁХЭТАПНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ 2019–2022 Г.).....	181
Пруель Н. А., Рубцова М. В., Меньшикова Г. А. КУРС ПРАВИТЕЛЬСТВА РФ НА КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ ИЛИ «ШАГ ВПЕРЕД – ДВА ШАГА НАЗАД».....	187
Таланов С. Л., Кушнарев Ф. Ю. КИБЕРБУЛЛИНГ В ШКОЛЬНОЙ И СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ: МАСШТАБЫ, РАЗНОВИДНОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОТИВОСТОЯНИЯ.....	195
Глава 3. МЕДИАПРОСТРАНСТВО И МЕДИАКОММУНИКАЦИИ: ХАРАКТЕРИСТИКИ, ПРОБЛЕМЫ, РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ.....	205
Арутюнян А. С. ПОТЕНЦИАЛ ЦИФРОВЫХ СЕРВИСОВ КАК ПРОСТРАНСТВА ЛОББИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ	206
Белова Т. П. КИБЕРБУЛЛИНГ В КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИКАХ ПОДРОСТКОВ	216
Василенко Л. А. СОЦИАЛЬНО-СЕТЕВАЯ СУБЪЕКТНОСТЬ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯХ НА ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМАХ	226
Васильев Н. А. КРИЗИСНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ.....	233
Воеводина Е. В. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РИСКИ ДОВЕРИЯ В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ.....	246
Грошева Л. И. МЕТОДЫ И МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЕ.....	251
Зотов В. В. СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В УСЛОВИЯХ СОЦИОТЕХНИЧЕСКОЙ КОНВЕРГЕНЦИИ ..	256
Иванова Н. А. ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СИСТЕМУ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	263
Карпова Д. Н. ЦИФРОВАЯ ПРАВДА И ЦИФРОВАЯ ЛОЖЬ В УСЛОВИЯХ НЕПРЕРЫВНОЙ ОНЛАЙН- КОММУНИКАЦИИ.....	267
Карпухин О. И. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ОРУЖИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ ПРОТИВ РОССИИ	271
Никитенкова М. А. РОССИЯ И МИР: СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА СТРАТЕГИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИХ СДВИГОВ	280
Рафикова К. Ф.	

ЭТИЧНОСТЬ ВЫЧИСЛИТЕЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ЦИФРОВОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ: АНАЛИЗ РИСКА НЕВЕРНОГО РЕЗУЛЬТАТА.....	283
Родионова М. Е. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ВЕДУЩИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ ИТАЛИИ.....	289
Шаронова С. А. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В ТЕОРИИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ.....	300
Глава 4. КОММУНИКАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ ОБРАЗОВАНИЯ, ВОСПИТАНИЯ И ГАРМОНИЧНОГО РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ: ИССЛЕДОВАНИЯ, НАБЛЮДЕНИЯ, ЗАДАЧИ И СВЕРХЗАДАЧИ.....	306
Антонов Ю. Е., Зюзина Е.А. ВЛИЯНИЕ КОНКУРСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПОВЫШЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО И СОЦИАЛЬНОГО СТАТУСА ПЕДАГОГА ДОШКОЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	307
Брюно В. В. РОЛЬ ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЫ В ФОРМИРОВАНИИ ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ И МОЛОДЁЖИ.....	313
Захарова О. А., Кучер Д. Е., Машкова Е. И. РЕЗУЛЬТАТЫ МОНИТОРИНГА ВЫБОРА БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИИ ШКОЛЬНИКАМИ ВЫПУСКНЫХ КЛАССОВ.....	320
Конищева Е. В., Каменева Т. Н. КОММУНИКАЦИИ СУБЪЕКТОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА ВУЗА В УСЛОВИЯХ НАРАСТАЮЩИХ РИСКОВ	323
Куликовская И. Э. ЧЕМПИОНАТ BABYSKILLS: СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ СУБЪЕКТОВ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	328
Майорова-Щеглова С. Н. ШКОЛЬНЫЙ УЧЕБНИК КАК ОВЕЩЕСТВЛЕННЫЙ КОНСТРУКТ КОММУНИКАЦИИ С ДЕТЬМИ И О ДЕТЯХ.....	336
Пьянов А. А. ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИИ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ ГЛАЗАМИ РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ: ОЖИДАНИЯ И РЕАЛЬНОСТЬ	341
Суркова И. Ю., Панченко И. М. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СЕТЕВЫЕ СООБЩЕСТВА КАК РЕСУРС ПРЕОДОЛЕНИЯ КРИЗИСА ИДЕНТИЧНОСТИ ПЕДАГОГОВ.....	349
Ускова Е. М. БАРЬЕРЫ ДЛЯ КОММУНИКАЦИИ ПОДРОСТКОВ В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ	356
Хечиева А. Ц., Андрищенко О. В. ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ КОММУНИКАЦИИ В ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА: ОПЫТ СОЗДАНИЯ ОБУЧАЮЩЕГО КУРСА В ФОРМАТЕ ЧАТ-БОТА.....	359
Шубко К. С. КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ БУДУЩЕГО ИНЖЕНЕРА: СУЩНОСТЬ И ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ	368
Шубко К. С. ОЦЕНКА УРОВНЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ И КОММУНИКАТИВНЫХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА.....	371
Глава 5. КОММУНИКАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ И СВЯЗИ ПОКОЛЕНИЙ	374
Ануфриева Е. В., Овчар Н. А. «ОТЦЫ» И «ДЕДЫ» ГЛАЗАМИ СОВРЕМЕННЫХ СТУДЕНТОВ (ПО МАТЕРИАЛАМ ПРИКЛАДНОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)	375
Валиахметов Р. М., Гайфуллин А. Ю., Вахитов Р. Р. КУЛЬТУРНАЯ ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ ПОКОЛЕНИЙ В ОЦЕНКАХ И ВЗГЛЯДАХ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН.....	380
Грошева И. А., Грошев И. Л. МОЛОДЁЖЬ В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ: В ПОИСКАХ СЕБЯ.....	389

Дьякова В. В. ФЕНОМЕН НАРОДНОЙ КУЛЬТУРЫ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ СТУДЕНТОВ РОССИЙСКОЙ ПРОВИНЦИИ.....	396
Колосова Е. А., Коняшкина А. С. В. РОЛЬ ЧТЕНИЯ В КОММУНИКАЦИИ ПОКОЛЕНИЙ: ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ	400
Кошелев Д. А. СЕТЕВОЙ ПРОЕКТ «ДОРОГИЕ ТОВАРИЩИ»: КОЛЛЕКТИВНАЯ ПАМЯТЬ О СОВЕТСКОМ ПРОШЛОМ.....	406
Маслова Т. Ф. ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТНОГО МЫШЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ В ИССЛЕДОВАНИИ МЕЖПОКОЛЕННЫХ СВЯЗЕЙ.....	412
Широкалова Г. С. КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ. НУЖНО ЛИ ОНО «СЛУЖЕБНЫМ ЛЮДЯМ»?	415
Юсупов М. М. СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ ПОКОЛЕНИЙ	421
Глава 6. СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ И КАТАЛИЗАТОР ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ В МЕДИЦИНЕ, ЭКОЛОГИИ, ЭКОСФЕРЕ: ИССЛЕДОВАНИЯ, НАБЛЮДЕНИЯ, ЗАДАЧИ И СВЕРХЗАДАЧИ.....	426
Африди А. Р. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ВЫГОРАНИЕ СОТРУДНИКОВ В IT КОМПАНИИ	427
Барматова С. П. ЗДОРОВЬЕ НАСЕЛЕНИЯ И СОСТОЯНИЕ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ – ЗАЛОГ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА	438
Власова-Сайкова В. В. ЗДОРОВЬЕ И ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ КАК ЦЕННОСТНЫЕ ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОБЪЕКТИВНЫХ И СУБЪЕКТИВНЫХ ВЗГЛЯДОВ МОЛОДЁЖИ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ В ПОСТКОВИДНЫЙ ПЕРИОД 2022 ГОДА	444
Гузенина С. В. ОЦЕНКА УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЁЖИ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	452
Карпенко Е. В. КОММУНИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА РЕГИСТРАТУРЫ ПОЛИКЛИНИКИ: ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ (ПО МАТЕРИАЛАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)	459
Козлова И. В. ВЛИЯНИЕ КИБЕРБУЛЛИНГА НА ЗДОРОВЬЕ ПОДРОСТКОВ	468
Курюкин А. Н. СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ПЕРЕД ВЫЗОВОМ ИНДУСТРИИ 4.0.....	473
Кучер Д. Е. АНАЛИЗ СТРАТЕГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИМИ РИСКАМИ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ПРИНЦИПА ПРЕДОСТОРОЖНОСТИ	482
Люшвин П. В., Буянова М. О. К ПРОБЛЕМЕ МИНИМИЗАЦИИ ПРИРОДНЫХ ПОЖАРОВ	485
Мамонова Д. А. СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ФАКТОР ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОСОЗНАННОСТИ НА ПРИМЕРЕ ДИАЛОГА КУЛЬТУР РОССИИ И ЯПОНИИ	489
Никифоров В. В., Устьянцева О. В. ПЕРСПЕКТИВЫ ПАРТНЁРСТВА МЕСТНОГО НАСЕЛЕНИЯ И АДМИНИСТРАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ПАРКА (НА ПРИМЕРЕ С. АРСЕНЬЕВО, ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ)	492
Перова А. Е. НООСФЕРА XXI ВЕКА: ПРИРОДА, ЧЕЛОВЕК И СМИ	497
Питайкина И. А. СРЕДСТВА МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СИСТЕМЕ ПРОФИЛАКТИКИ ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЁЖИ	500
Платонов В. Р., Прохорова Л. Г., Прохорова Н. С.	

СОЦИАЛЬНО-ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ОЦЕНКЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СОВРЕМЕННОГО ЭНЕРГОСНАБЖЕНИЯ.....	504
Позднякова М. Е. ПРОФИЛАКТИКА ДЕСТРУКТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ – МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ.....	507
Репин А. Ю., Алпатов В. В. «КОСМИЧЕСКАЯ ПОГОДА» И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ СОЦИУМА.....	512
Рыжкина Ю. В. РОЛЬ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ В ПЕРИОД ВЫСОКОЙ ТУРБУЛЕНТНОСТИ В МИРЕ..	523
Сосунова И. А., Мамонова О. Н. ЭКОУСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИЙ	525
Титаренко. Л. Г. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА (КЕЙС-СТАДИ МИНСКА).....	531
Урмина И. А. ЭКОЛОГИЯ ЧЕЛОВЕКА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СРЕДЕ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ	539
Харченко В. С. ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ.....	548
Яковенко Н. В. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ.....	553
МЕМЕРАНДУМ КОНФЕРЕНЦИИ	561
Именной указатель	564



ПРЕДИСЛОВИЕ

20 октября 2022 года в г. Москва состоялась Всероссийская научно-практическая конференция, организованная Российским обществом социологов (РОС), Федеральным научно-исследовательским социологическим центром Российской академии наук (ФНИСЦ РАН) и Социологическим факультетом Государственного академического университета гуманитарных наук (ГАУГН). Тема конференции оказалась актуальной в самых широких географических рамках нашей страны: в работе приняли участие более 110 участников из Астрахани, Брянска, Волгограда, Воронежа, Грозного, Екатеринбурга, Иваново, Краснодара, Курска, Люберец, Минска, Москвы, Пензы, Подольска, Санкт-Петербурга, Саратова, Ставрополя, Сыктывкара, Тамбова, Томска, Тюмени, Уфы, Хабаровска, Элисты, Ярославля, представляющих исследовательские и учебные центры и организации. Оказалась она актуальной также в связи с тем безусловным влиянием, которое сфера социальной коммуникации оказывает на современные социальные, политические, социокультурные и прочие реалии. Особую актуальность приобрела тема конференции в связи с проходящей СВО и информационными войнами, направленными на качественное изменение «картин мира» наших соотечественников.

В состав Программного и Организационного комитетов Конференции вошли ведущие российские учёные в сфере социальной коммуникации, научные исследователи и представители вузов, члены Исполкома РОС, руководители региональных отделений РОС, исследовательских комитетов РОС, а также руководители заявленных тематических секций. С приветственным словом к участникам обратился член-корр. РАН, директор ФНИСЦ РАН **М. Ф. Черныш**. Пожелания плодотворной деятельности содержались также в Правительственной телеграмме на адрес конференции, подписанной депутатом ГД РФ **Л. Н. Туовой**.

Представленные в настоящем сборнике статьи отражают направления научного поиска в отечественной социологической науке о социальной коммуникации, а также многоплановый анализ особенностей коммуникационных взаимодействий в отечественном социокультурном пространстве.

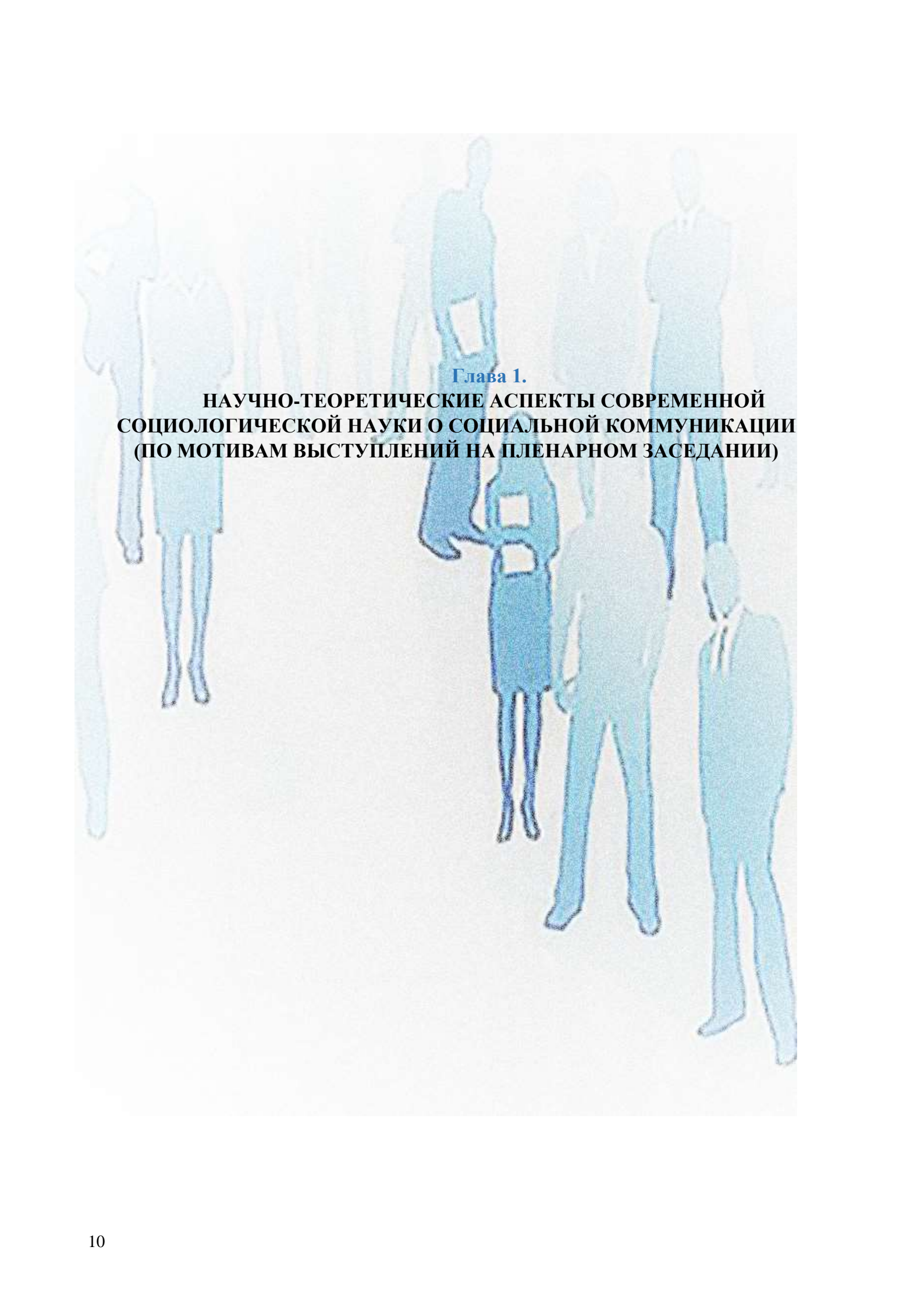
По итогам конференции был принят Меморандум, где обозначена задача для современной социологической науки в сфере социальной коммуникации способствовать утверждению и широкому распространению модели коммуникационных взаимодействий, ориентированных на диалог, устойчивое развитие общества и гармоничное развитие людей. Было обозначено также предложение о продолжении активного обсуждения на научных мероприятиях и в научной литературе социологических аспектов функционирования социальной коммуникации в современном обществе.

Редакционная коллегия выражает благодарность всем участникам конференции, а также тем читателям настоящего сборника, которые окажутся солидарными с его мотивационно-целевой направленностью.

Адамьянц Т. З.

Публикации РОС (QR-код доступа):





Глава 1.
НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОЙ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ НАУКИ О СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ
(ПО МОТИВАМ ВЫСТУПЛЕНИЙ НА ПЛЕНАРНОМ ЗАСЕДАНИИ)



Адамьянц Тамара Завеновна
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
tamara-adamiants@yandex.ru

ПРЕДМЕТ И ЗАДАЧИ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ НАУКИ О СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. Анализируются интенциональные нюансы концепций о социальной коммуникации. Для устойчивого развития социума первостепенную ценность имеет модель коммуникации, ориентированной на диалог с взаимопониманием: это единственное условие при поиске конструктивных решений в проблемных и конфликтных ситуациях. Задача социологической науки – способствовать распространению таких форм и способов коммуникационных взаимодействий, которые служат интересам общества, отвечают ожиданиям людей и способствуют их социальной адаптации. Важен также критический подход к концепциям, оправдывающим воздействие и затрудняющим развитие навыков понимания. Важно включить в предмет социологического анализа не только значения слов, фраз, дискурсов, не только содержательную информацию, но и сферу социальных смыслов.

Ключевые слова: социальная коммуникация, социология коммуникации, манипуляция, воздействие, диалог, понимание, взаимопонимание, информационные (смысловые) войны, семиосоциопсихология, смысл

Adamiants Tamara Z.
Institute of Sociology of FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
tamara-adamiants@yandex.ru

THE SUBJECT AND TASKS OF THE MODERN SOCIOLOGICAL SCIENCE OF SOCIAL COMMUNICATION

Abstract. The intentional nuances of the concepts of social communication are analyzed. For the sustainable development of society, a model of communication focused on dialogue with mutual understanding is of paramount value: this is the only condition for finding constructive solutions in problematic and conflict situations. The task of sociological science is to promote the dissemination of such forms and methods of communication interactions that serve the interests of society, meet people's expectations and contribute to their social adaptation. A critical approach to the concepts justifying the impact and make it difficult to develop understanding skills is also important. It is important to include in the subject of sociological analysis not only the meanings of words, phrases, discourses, not only meaningful information, but also the sphere of social meanings.

Keywords: social communication, sociology of communication, manipulation, impact, dialogue, understanding, mutual understanding, informational (semantic) wars, semio-sociopsychology, sense

Развитие социологической науки неминуемо обращает социальных исследователей к изучению особенностей влияния социальной коммуникации, этого универсального средства (механизма, способа) общения людей, стран, обществ, сообществ, групп, коллективов, культур, на вектор и тенденции развития социальных, политических, социокультурных и т. д. процессов. Такая ситуация обусловлена резко возросшими возможностями коммуникационных действий и взаимодействий в наш так

называемый информационный век, а также, что не менее актуально, качественными изменениями в возможностях использования средств коммуникации при освещении, оценке или даже создании резонансных событий (имеются в виду информационно-гибридные войны, в которые вовлечён практически весь мир).

В последние годы произошёл всплеск научного внимания по отношению феномену социальной коммуникации: выходит большое количество статей, монографий и учебников, проходят научные конференции, семинары и симпозиумы. Появились новые научные направления с названиями, производными или близкими по значению к терминам «коммуникация» или «информация». Остаются востребованными и уже известные научные направления, посвящённые анализу места и роли коммуникации в социуме, жанровой специфике, психологическим особенностям восприятия, способам общения с аудиторией, и т. д.

Есть много компетенций, которыми должен владеть современный специалист в сфере социальной коммуникации, учитывая многоплановость и разнообразие её проявлений, действий и последствий. Это и представление о принципах её систематизации, и знание социально-коммуникативных институтов, и знакомство с информационно-коммуникативными технологиями, и ряд других сведений когнитивного или прикладного плана. В числе необходимых компетенций назовём также знание об интенциональных особенностях коммуникационных взаимодействий, продуцируемых разными научными концепциями и подходами, и об их отражении, в случае принятия и распространения, на социальном плане.

В социальной науке можно выделить несколько подходов парадигмального уровня относительно специфики коммуникационных взаимодействий в социуме. Во-первых, это «социоцентрированный» подход, в центре внимания которого социальные процессы и явления, которые «обеспечиваются» коммуникацией или явлениями, которые могут наличествовать/ происходить только в коммуникационном поле. Во-вторых, это подходы «медиацентрированные», декларирующие первичность коммуникации в социальных процессах, её кардинальную возможность влияния на людей. В-третьих, это «человеко-центрированные» подходы, в центре внимания которых взаимодействия «лицом к лицу» и согласование значений переживаний *другого*. В-четвёртых, это «человеко-средовый» подход, исследующий взаимообращённые процессы, происходящие между человеком и его информационной (шире – социокультурной) средой, а также факторы и условия, обеспечивающие смысловой контакт между коммуникантами.

Не отрицая значимость прироста знаний о каждом из перечисленных выше вариантов коммуникационных взаимодействий в социуме, а также о предоставляемых ими рекомендаций о методах (технологиях) использования в социальной практике, *современная отечественная наука о социальной коммуникации должна определить, какая модель коммуникационных взаимодействий более эффективна для устойчивого развития общества и гармоничного развития людей, учитывая при этом и современные процессы в стране и мире, и проходящую специальную военную операцию, и беспрецедентный уровень многолетнего информационно-смыслового давления «извне» на «картины мира» населения нашей страны.* И, конечно, важно учесть неявные, но более чем значимые для вектора социальных процессов ожидания и

предпочтения большей части населения нашей страны к качественным особенностям коммуникационных процессов; речь идёт о приверженности таким изначальным архетипам, как «правда», «честность», «открытость», «дружелюбие», «человеколюбие», равно как и отношение к узаконенным историческом опытом, культурой, религией, правом и т. д. традиционным морально-нравственным ценностям [Адамьянц, 2022, Кублицкая, 2020].

В числе актуальных задач назовём также необходимость критического подхода к таким концепциям и подходам, которые неявно оправдывают возможность применения средств воздействия, создают почву для их процветания [Адамьянц, 2018].

Отличительной особенностью любых научных подходов и концепций о социальной коммуникации являются их *интенциональные нюансы*, иными словами, тот комплекс целей и мотивов, как явных, так и латентных (в том числе скрываемых), на реализацию которых направлен научный поиск, осуществляемый в рамках этих подходов и концепций, равно как и интенциональность рекомендуемых методов (технологий) в случае их практического применения. Назовём два принципиально разных подхода в интенциональных нюансах имеющихся подходов и концепций о социальной коммуникации и, соответственно, разных задач в познании и практическом применении полученного знания: с одной стороны – социально ориентированный подход, где в центре внимания и «научной заботы», если можно так выразиться, оказывается общество и составляющие это общество люди. С другой стороны – подходы, направленные на решение неких политических или корпоративных задач вне учёта интересов общества и большинства населения, представляющего общество.

Соответственно обозначенным подходам, различаются и способы общения в коммуникационном поле – как в рамках управленческих действий и мероприятий, так и при любых других вариантах общения и взаимодействия посредством коммуникационных средств. Первый вариант связан с ориентацией на диалог с взаимопониманием, при котором эффективность связывается с достижением смыслового контакта между коммуникантами; обозначенный формат предполагает отказ от любых способов воздействия, а в случае необходимости применение открытых способов убеждения; представлен разработанной в рамках российской академической науки диалогической, или, иначе, семиосоциопсихологической концепцией социальной коммуникации [Дридзе, 1984; Дридзе, 2000].

Другой, противоположный по интенциональности вариант связан с применением латентных и зачастую скрываемых методов воздействия и манипуляции. В качестве примера приведём технологии так называемой «мягкой силы» и способы ведения современных информационно-гибридных войн. Характерно для современной реальности, что декларации о необходимости диалога звучат с разных сторон, однако результат коммуникационных взаимодействий остаётся большей частью неутешительным, в чём нередко обвиняют ту сторону, которая реально придерживается открытости и стремления понять другого (ложные обвинения, как известно, один из активно применяющихся манипулятивных приёмов). Известны и другие способы искусного разрушения диалога, создания ложных утверждений, резонансных событий драматического звучания, а также так называемых «новых социальных миров», «работающих» на желаемые для манипулятора задачи [Адамьянц,

2019]. Стал распространённым и такой способ неприкрытого воздействия, применяемый в США и странах Запада, как тотальное перекрытие путей для любых альтернативных мнений, вплоть до так называемый «культуры отмены».

Вряд ли кто станет возражать, что для стабильного и устойчивого развития социума, а учитывая турбулентность современных мировых процессов, и для выживания всего человечества, первостепенную ценность имеет модель коммуникации, ориентированной на диалог с взаимопониманием и взаимоуважением: это единственное условие, при котором возможен поиск конструктивных решений в проблемных, конфликтных, деловых и прочих ситуациях.

Мистификацией глобального уровня, качественно изменившей коммуникационные процессы в мире, в том числе в нашей стране, оказалась широкое признание идей и постулатов постмодернизма. Феномен тотально распространившейся полидискурсивности отразился на сферах социально-гуманитарной науки, культуры, образования, медиа, Интернета, социальных сетей, погрузив значительную часть современного социокультурного пространства в мир неопределённости, расплывчатости, возможности ухода от таких значимых точек отсчёта, как традиционные морально-нравственные ценности. Ставший модным постулат «смыслов должно быть много» узаконил практику произвольных толкований общепризнанных терминов и устоявшихся значений слов, фраз, дискурсов, фактов, исторических событий; как бесспорные факты тиражируются фантазии и даже ложь. В этом же ряду следует рассматривать и постмодернистское утверждение о «смерти автора» («автор умер»); иными словами, речь идёт о (якобы) отсутствии константных смыслов в рамках целостных, завершённых произведений или материалов. Такая возможность, как известно, широко используется в практике современных информационно-гибридных войн: в угоду скрываемым целям произвольно трактуются тексты, документы, исторические свидетельства [Адамьянц, 2014].

Характерно, что вкупе с утверждениями об отсутствии единых смыслов (в рамках целостных, завершённых произведений, материалов и т. д.) процветает практика создания многоуровневых смысловых конструкторов длительного манипулятивного действия, где все детали так подогнаны друг к другу, что верифицировать их можно только определённым образом [Ионова, 2010]. Иными словами, «несуществующие» якобы константные смыслы создаются и тиражируются изощрёнными и трудно отслеживаемыми методами (технологиями).

Добавим, что безапелляционный, казалось бы, постулат о множественности смыслов (в рамках целостных, завершённых произведений) несложно опровергнуть, если «развести» такие понятия, как «константный смысл произведения, который уже овеществился посредством слов, фраз, образов и особенностей их взаимодействия между собой», и – «личностные смыслы, складывающиеся в рамках личностных картин мира в результате восприятия этого же произведения»: личностных смыслов, конечно же, великое множество, их столько же, сколько и людей, различающихся не только социально-демографическими особенностями, но и жизненным опытом, культурными, религиозными, семейными и т. д. традициями. Оптимальный вариант восприятия включает и понимание авторских целей и мотивов (что именно автор хотел сказать, донести, внушить и т. д.), и личностную оценку (интерпретацию).

Для перехода коммуникационных процессов на единую смысловую платформу, без которой невозможны конструктивные решения, действия и взаимодействия, для социальной науки важно найти критический баланс по отношению к постулатам постмодернизма, равно как и к другим внедряемым в российское коммуникационное поле идеям и концепциям. *Современный уровень науки о социальной коммуникации позволяет включить в предмет социологического анализа не только значения слов, фраз, дискурсов, образов и т. д., не только сферу содержательной информации, но и сферу социальных смыслов, которые создаются посредством информации и прочих коммуникационных средств и механизмов; как показывает практика, одна и та же информация, одни и те слова, фразы, дискурсы и даже термины нередко трактуются неоднозначно в современных смысловых противостояниях.*

Современное представление о социальных смыслах связано с виртуальными многоуровневыми структурами (конструктами), наличествующими в целостных, завершённых произведениях, материалах, длящихся пропагандистских кампаниях и т. д. Все уровни таких структур имеют иерархическую организацию и ориентированы на интенциональность, или «равнодействующую мотивов и целей» автора/коммуникатора; это то, что автор/коммуникатор хочет сказать, выразить (или скрыть). Доказательное выделение и анализ социальных последствий таких виртуальных смыслов, независимо от тех семиотических средств и коммуникационных механизмов, посредством которых они «овеществлены», позволяют разработки отечественной социальной науки, причём научные приоритеты имеет именно российская наука [Дридзе, 1984].

Для отечественной социологической науки *важно своевременное выявление смыслов, оказывающих негативное влияние на социально значимые процессы и, в случаях социальной целесообразности, поиск путей и способов «смысловой защиты».* Известен, например, низкий уровень обращения современной молодёжи к информационным и общественно-политическим материалам СМИ. Такая ситуация связана с искусственным внедрением «извне» в «картины мира» представителей молодого поколения своеобразной *моды на отрицательное отношение к пропаганде, которую, в рамках обозначенной моды, рассматривают как поддержку властных структур* (хотя известно, что значение термина «пропаганда» шире и связано с распространением идей и взглядов самой разной направленности). Результатом оказывается искусственное «перекрытие» для значительной части современной молодёжи возможности узнать и самостоятельно разобраться в происходящих событиях, проблемах, точках зрения. Эффективным вариантом противостояния обозначенной *моды* окажется объяснение для самых широких кругов населения, прежде всего для молодёжи, её истинного целеполагания и применяемых коммуникационных механизмов.

Негативно влияет на социально значимые процессы и *мода на интенцию «всё плохо»*, неоправданно сгущающая краски при освещении тех или иных событий или проблем, *мода на «новости ни о чём»*, а также, используем такое определение, *мода на «заполненные новости».*

Актуальным предметом изучения для современной науки о коммуникации оказывается также *изучение особенностей понимания и ориентирования людей в*

социокультурной среде: эта характеристика позволяет понимание и прогнозирование тенденций и вектора развития социальных процессов.

Важны также научные разработки и методики, развивающие *умение (способность, навыки) адекватного понимания и ориентирования наших соотечественников в социокультурной среде*: для устойчивого развития социума важны не только декларации к диалогу и конструктивным взаимодействиям, но и научная помощь в массовом умении реально приходить (на метальном уровне) к адекватному пониманию и взаимопониманию в процессе коммуникационных взаимодействий. В этой связи отметим, что тотальное распространение постмодернистских подходов чревато негативным влиянием на освоенные умом человека алгоритмы понимания и, следовательно, ориентирования в социокультурной среде: неограниченная возможность произвольных толкований обесценивает навыки глубинного понимания. Массовое умение (навыки) понимать особенности применённых коммуникационных механизмов обесценит и нейтрализует распространённую в современном социокультурном пространстве ложь, обман и неправду, снимет ореол исключительности с людей, которые используют такие методы общения на коммуникационном поле.

Подведём итоги. Перед современной отечественной социологической наукой о социальной коммуникации разворачивается обширное и актуальное поле методологической, методической, исследовательской и практической деятельности, направленной на утверждение и распространение таких форм и способов коммуникационных взаимодействий, которые отвечают задачам цивилизационного прогресса, служат интересам общества и ожиданиям живущих в нём людей.

Сверхзадачей отечественной социологической науки о социальной коммуникации оказывается качественное совершенствование мира социальных смыслов и используемых для их донесения приёмов (методов, технологий, художественно-выразительных средств и т. д.), причём не только в рамках отечественного, но и глобального социокультурного пространства; мир правды, диалога и взаимопонимания должен стать единственно возможным способом коммуникационных взаимодействий.

На пути к реализации обозначенных целей и задач важна институализация отечественной науки о социальной коммуникации на уровнях ВАК и РАН, а также поддержка со стороны властных, общественных и научных структур в создании условий для *реального научного участия в оптимизации коммуникационных процессов*.

Список литературы

Адамьянц Т. З. Аудитория СМИ как субъект и объект коммуникативных взаимодействий / Т. З. Адамьянц // Человек. 2018. № 3. С. 96–107.

Адамьянц Т. З. Концепции понимания в коммуникации: в поисках платформы для взаимопонимания / Т. З. Адамьянц // Общественные науки и современность. 2014. № 4. С. 121–131.

Адамьянц Т. З. Коммуникационные механизмы современных смысловых противостояний / Т. З. Адамьянц // Социологические исследования. 2019. № 3. С. 98–105.

Адамьянц Т. З. Нравственный императив как актуальный лейтмотив неофициальных реакций в Интернете / Т. З. Адамьянц // Современное общество в условиях социально-экономической неопределённости: XV Международная научная конференция «Сорокинские чтения-2021». Москва, 04 марта 2021 года. М. : МАКС Пресс, 2021. С. 520–522. DOI 10.29003/m2013.978-5-317-06609-3.

Адамьянц Т. З. Социальные коммуникации: учебник для академического бакалавриата / Т. З. Адамьянц; 2-е изд., испр. и доп. М. : Издательство Юрайт, 2018. 200 с.

Дридзе Т. М. Две новые парадигмы для социального познания и социальной практики / Т. М. Дридзе // Социальная коммуникация и социальное управление в экоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах: В 2 кн. / Ин-т социологии РАН ; Центр соц. упр., коммуникации и соц.-проектных технологий ; отв. ред. Т. М. Дридзе. М. : Изд-во Ин-та социологии РАН, 2000. Кн. 1. С. 5–42.

Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации // Т. М. Дридзе. М. : Наука, 1984. 268 с.

Ионова О. Е. Конструирование социальной реальности в теории координированного управления смыслообразованием / Т. М. Дридзе // Вестник МГИМО Университета. 2010. № 4. С. 130–136.

Российское общество и государство в условиях пандемии: социально-политическое положение и демографическое развитие Российской Федерации в 2020 году / Г. В. Осипов [и др.]. М. : ИТД Перспектива, 2020.



Вартанова Елена Леонидовна
МГУ имени М. В. Ломоносова,
Москва, Россия.
evarta@mail.ru

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНФЛИКТА В УСЛОВИЯХ НОВОЙ СУБЪЕКТНОСТИ МЕДИАСРЕДЫ

Аннотация. Актуальные тенденции развития медиасреды детерминированы множеством факторов, однако среди прочего можно выделить два наиболее масштабных процесса – цифровизацию и медиатизацию. Именно они приводят к сущностной трансформации природы и взаимовлияния коммуникационных и социальных процессов, в том числе определяют динамику и репрезентацию конфликтов разного рода в обществе.

В статье исследуется меняющаяся архитектура медиасистемы в условиях полисубъектности медиа, рассматриваются теоретические вопросы исследовательского поля изучения социального конфликта и медиа в отечественных медиаисследованиях, а также формулируются основные подходы к репрезентациям социального конфликта в полисубъектной медиасреде.

Ключевые слова: цифровизация, медиатизация, цифровые медиа, социальный конфликт, репрезентация конфликта

Vartanova Elena L.
Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russia.
evarta@mail.ru

REPRESENTATION OF THE CONFLICT IN THE CONDITIONS OF THE NEW SUBJECTIVITY OF THE MEDIA ENVIRONMENT

Abstract. Current trends in the development of the media environment are determined by many factors, but among other things, two of the most large-scale processes can be distinguished – digitalization and mediatization. It is they that lead to the essential transformation of nature and the interrelation of communication and social processes, including the dynamics and representation of conflicts of various kinds in society.

The article examines the changing architecture of the media system in the context of media multi-subjectivity, examines the theoretical issues of the research field of studying social conflict and media in Russian media studies, and formulates the main approaches to representing social conflict in a multi-subjective media environment.

Keywords: digitalization, mediatization, digital media, social conflict, conflict representation

Введение

В 1996 г. Н. Негропonte выпустил книгу, название которой – «Being Digital» («Быть цифровым») словно определило сегодняшний век [Negroponte, 1996]. С начала XXI в. учёные отмечают заметные даже не специалистам результаты цифровой революции во всех сферах жизни общества – экономике, культуре, геополитике [Mosco, 2017]. Проявились цифровые трансформации и в медиасистемах, превратившихся в практически полностью оцифрованное индустриальное и культурное пространство. В попытках сформулировать новые теоретические парадигмы и концептуальные подходы медиаисследователи всё активнее обсуждают тенденции, процессы, возникающие среды, пространства и контексты, порождённые в

медиа процессом цифровизации [Lievrouw, Livingstone, 2006; Picard, 2011; Steensen, Westlund, 2021].

Исследователи медиа подчёркивают, что цифровизация медиасреды привела к появлению новых конфигураций в структуре медиасистемы и новых форм индустриального медиапроизводства [Вырковский, 2016; Индустрия российских медиа, 2017], вызвала существенные изменения в медиапотреблении [Dunas, Vartanov, 2021]. В числе последствий цифровой революции в СМИ – становление сегмента так называемых новых медиа, бурный рост аудитории социальных сетей, что значительно преобразило социальные практики и взаимоотношения общества с медиа как социальным институтом и коммуникационным пространством [Flew, 2014; Fuchs, 2017; Lindgren, 2017]. Заметно изменилась в условиях цифровизации и ключевая профессия медиасистемы – журналистика, ответившая на цифровую трансформацию становлением новых практик и инструментов в создании журналистского содержания, что привело к возникновению цифровой журналистики [Deuze, Witsche, 2018].

В настоящее время мы становимся свидетелями интенсивного формирования многокомпонентной цифровой медиакommunikationной среды, в производство и распространение контента, в которой вовлечены одновременно различные субъекты – профессионалы, непрофессионалы, сами пользователи. В этих условиях медиарепрезентация действительности, её различных сторон и явлений, в том числе и конфликта, его «жизненного цикла» претерпевают большие изменения. Освещение конфликта в современных цифровых медиа на всех этапах его протекания, а именно предконфликтная ситуация, инцидент, эскалация, кульминация, завершение конфликта, постконфликтная ситуация, первичные (очевидные) и вторичные (неочевидные) эффекты медиарепрезентаций конфликта для цифровой аудитории приобретают новые формы и свойства [Анцупов, Баклановский, 2009]. Это в равной мере относится и к профессиональным подходам при освещении конфликта, и к восприятию медиатекстов аудиторией, и к развитию самого конфликта.

Очевидно, что при изучении медиарепрезентаций социального конфликта следует принимать во внимание как сложную многокомпонентную структуру цифровой медиасреды, так и актуальные теоретические подходы к конфликту, рассматривающие его как неотъемлемую часть общественного развития. Необходимо не только учёт многочисленных конфликтогенных социальных факторов, приводящих к конфликтам в современном обществе, но и высокую конфликтогенность современной Интернет-коммуникации, которая детерминирует особенности медиарепрезентаций наиболее резонансных социальных конфликтов в цифровой медиакommunikationной среде различными её субъектами на разных этапах их эскалации и выявления основных закономерностей, характеризующих и описывающих их.

Меняющаяся архитектура медиасистемы в условиях полисубъектности медиа

В условиях расширения медиасреды, роста её многоканальности и полисубъектности представляется важным оценивать и типологизировать медиасистему по новым основаниям. Одним из возможных оснований для будущего

понимания предлагаем считать функциональность типа содержания, обращение к которому является приоритетной мотивацией использования медиа аудиторией.

Как показывают недавние исследования [Медиапотребление «цифровой молодёжи» в России, 2021; Макеенко, Вырковский, 2021], медиапотребление аудитории сегодня диверсифицируется не по прежним индустриальным основаниям, выявленным по типу сегмента производства содержания и каналу распространения (газеты, журналы, телевидение, радиовещание), а характеризуется различными предпочтениями аудитории. Речь идёт о выборе, который делает аудитория из основных кластеров медиасодержания:

- или новостных медиа, то есть журналистского содержания (новости и аналитика на общественно-политические темы), предназначенного для информирования и просвещения аудитории;
- или развлекательных медиа, то есть художественно-развлекательного содержания (фильмы, сериалы, развлекательные программы, короткие видео и т. п.), чаще всего в визуальных форматах, потребляемого аудиторией в свободное время с целью рекреации, развлечения;
- или социальных медиа, то есть разнообразных по типу медиатекстов, включающих весь спектр жанрово-тематических материалов цифровой медиасреды – профессиональный контент новостных (журналистских) и развлекательных (креативных) медиа, непрофессиональных авторов, пользовательских текстов, фото, аудио, видео материалы, реакции пользователей на авторский контент («лайки», «дизлайки», «репосты»), другие формы коммуникативных действий.



Рис. 1. Типы медиа, выделяемые на основании приоритетного запроса аудитории на тип контента [Вартанова, 2022]

Следует уточнить: разделение медиа на новостные и развлекательные, в последнее время часто встречающееся в теоретической литературе [Землянова, 2004], носит весьма условный, даже схематичный характер. Однако надо признать, что его появление вполне обоснованно, прежде всего потому, что тем самым исследователи пытаются обратить внимание на заметную трансформацию принципов организации содержания СМИ, уходящими от его зависимости от медиаплатформ к типу аудиторного запроса.

В результате традиционная для медиаиндустрии рекламная бизнес-модель (ориентированная на удовлетворение аудитории) всё дальше движется в пространство социальных медиа благодаря усилению интерактивности в отношениях аудитории с производителями/распространителями содержания, уходу от массовой рекламы в

СМИ к кастомизированной и таргетированной, нацеленной на индивидуального потребителя и учитывающей индивидуальные предпочтения развлекательного контента [Индустрия российских медиа, 2017: 139–141]. По сути, новостная журналистика оказывается в крайне невыгодном положении, поскольку обилие анонимных информационных источников в цифровой медиасреде дезориентирует аудиторию, уводит её от известных редакционных брендов, лишая последних традиционных доходов от рекламы и аудитории [Индустрия российских медиа, 2017: 48–51].

В результате развития процесса цифровизации медиасреда становится единым и общим цифровым пространством, в которое – вслед за аудиторией – перемещается содержание традиционных газет, журналов, информационных агентств, телевидения, радио [Назаров, 2022: 25–31]. С другой стороны, значение традиционных индустриальных сегментов медиасистемы уменьшается: всё чаще говорят о сокращении читательского интереса к печатной прессе, о развитии нелинейного телесмотрения, особенно с использованием платформ OTT и онлайн-кинотеатров, о массовой миграции телезрителей в виртуальные среды [Телевидение в России в 2020 году, 2021].

В контексте этих тенденций возрастает роль медиаконтента, произведённого профессионалами медиабизнеса, и сама цифровая медиасреда превращается в коммуникационное пространство общества, в инфраструктуру медиасистемы, стирающую различия между разделёнными прежде индустриальными сегментами медиаиндустрии [Индустрия российских медиа, 2017: 37–62].

Анализируя процесс цифровой трансформации, преобразующий архитектуру производства содержания, нельзя не увидеть возникновения сложной и многокомпонентной медиасреды, где в производство и распространение контента вовлечены одновременно различные субъекты разной природы. К ним следует отнести:

- профессиональные средства массовой информации, имеющие лицензию Роскомнадзора (РКН) и определяемые сегодня медиаисследователями как институционализированные субъекты;
- непрофессиональные авторы, называемые неинституционализированными субъектами и представленные такими новыми «игроками» медиакоммуникаций, как блогеры, инфлюенсеры и т. п.) [Медиасистема России, 2020; Вырковский, Макеенко, 2021];
- цифровые аудитории, уходящие от пассивного линейного медиапотребления к активным формам использования медиа и характеризующиеся высокой вовлечённостью в медиакоммуникацию [Gureeva, Dunas, Mironets, 2021].

Попробуем дать общую характеристику складывающейся структуре цифровой медиасреды, в которой одновременно, но чаще всего разнонаправленно действуют различные субъекты разной природы [Тышцекая, 2021]. Итак, к числу институционализированных субъектов принадлежат так называемые «традиционные СМИ» (или массмедиа). В отечественной практике к ним относят средства массовой информации, медиакомпании, которые зарегистрированы на территории России Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) и осуществляют деятельность в соответствии

с Законом о СМИ РФ и другими действующими нормативными документами. Деятельность этих компаний строится вокруг редакций, в её основе лежит создание журналистских текстов на основе традиционной для медиабизнеса «цепочки (создания) ценности» [Айрис, Бюгин, 2010: 40–77].

В условиях процесса цифровизации медиабизнеса традиционные СМИ – бумажные, вещательные – вне зависимости от канала/платформы распространения создают контент в «цифре», как для обычных версий контента, так и для онлайн-среды. В своей деятельности традиционные массмедиа, будучи источником достоверного, объективного и профессионально произведённого содержания, следуют принципам социальной ответственности [Работа журналиста в цифровой периодике, 2021]. Это является частью профессионального статуса журналиста и подразумевает следование законам, этическим нормам, профессиональным стандартам и сути общественного договора [Аникина, 2019].

Новую группу «действующих лиц» цифровой медиакоммуникационной среды представляют новые субъекты – так называемые неинституционализованные медиа: это блогеры/инфлюенсеры, знаменитости, «звёзды», популярные авторы социальных сетей, собирающие значительные аудитории подписчиков в онлайн-среде, и, возможно, стоящие за ними бизнес-структуры, творческие команды и обслуживающие их компании, занимающиеся продвижением. Эти субъекты имеют разные интересы и создают неоднородное по качеству и потенциалу воздействия содержание, при этом они ещё окончательно не встроены в полной мере в медиасистему России – ни юридически, ни профессионально. Неясным также остаётся их экономический статус, хотя перетекание рекламы из традиционных СМИ к цифровым медиаплатформам стало в начале 2020-х гг. общеизвестным фактом [Медиасистема России, 2020; Срничек, 2020]. В целом воздействие этих субъектов на цифровых пользователей уже очевидно, что справедливо как для развлекательного, так и для общественно-политического контента [Кожемякин, 2010; Bodrunova, Litvinenko, 2013; Вырковский, Горбунова, Давлетшина, 2019].

Представляется, что таких новых авторов можно считать своего рода «новыми профессионалами»: они занимаются своей деятельностью на регулярной основе, часто используют технологии и приёмы журналистской работы, создают тексты в традиционных для журналистики жанрах (особенно популярны интервью и репортаж) и – главное – имеют регулярный заработок [Макеенко, Вырковский, 2021].

Третий ключевой тип субъектов медиaprостранства представлен аудиторией/пользователями. В некоторых аспектах своей деятельности (создание контента, его модерация, реакции на контент других авторов) он отчасти пересекается со вторым типом – неинституционализованными медиа. Но «активность» аудитории в производстве медиасодержания несистемна, неритмична, нерегулярна, часто не имеет финансовой основы. Однако многие активные пользователи, завоёвывая популярность и привлекая рекламодателей, переходят в статус блогера, инфлюенсера. Словом, роль аудитории в распространении информации, её циркуляции, интерпретации и формировании оценочности посредством публикаций в социальных сетях постов и комментариев сегодня весьма значительна [Blanchett, 2021].

Принимая во внимание последние тенденции, преобразующие медиасреду, возможно предположить, что они самым непосредственным образом влияют на стратегии медиарепрезентации социального конфликта, наличие которого остаётся одной из ключевых характеристик современного общества.

Социальный конфликт и медиа: теоретические вопросы исследовательского поля

Анализ теоретического дискурса конфликтологии и медиаисследований показывает: вне зависимости от национальной, культурной и даже цивилизационной специфики общества, социальный конфликт возникает в любом общественном пространстве [Дарендорф, 1994, Зиммель, 1996]. Тем не менее модели управления конфликтами и урегулирования их могут заметно отличаться в связи с политэкономической или культурной спецификой государств и регионов [Манойло, 2015]. Несмотря на сохранение значительных различий в национальных традициях, во всех странах мира интенсивное развитие медиатехнологий, предоставляющих цифровые сервисы и платформы для многосторонних сетевых взаимодействий между социальными институтами и людьми, привело к схожим качественным изменениям и унификации социальной коммуникации в современных обществах [Кин, 2020; Дунас, 2020]. Медиа превратились в среду, в которой проявляются многочисленные конфликты, производимые агентами разной природы и разной субъектности в рамках медиакommunikационного процесса [Dorfman, Mattelart, 1975; Herman, Chomsky, 1988; Макеенко, Кугушева, 2019].

Картина современного мира создаётся медиарепрезентациями широкого спектра реальности, и в значительной степени она отражает разнообразные социальные конфликты – политические, экономические, межэтнические, межрелигиозные, вызываемые противоречивым отношением к уязвимым социальным и культурным группам. Эффекты репрезентации конфликтов, как показывают исследования, весьма различны – от позитивных до крайне негативных. Воздействие на общество и аудиторию медиарепрезентаций конфликта зависит во многом от того, как фреймируется конфликт, какими лингвистическими, жанровыми, стилистическими средствами происходит транслирование информации в сообщении [Nelson, Clawson, Oxley, 1997], какие элементы журналистского текста акцентируются, к какой интерпретации событий подводит аудиторию автор текста [Entman, 1993; Semetko, Valkenburg, 2000; Daalmans, Odink, 2019; Vyncke, van Gorp, 2020].

При анализе взаимодействий социального конфликта и медиа следует выделить несколько подходов. С одной стороны, речь идёт о политологических и социологических подходах, рассматривающих конфликт как факт реальности, как необходимую и неотъемлемую часть общественного развития [Дарендорф, 1994]. С другой стороны, очевидны иные – философские и медиаисследовательские – подходы, рассматривающие конфликт в ценностном аспекте – с позиций морали и этики. В этом случае конфликт представляет собой антиценность, ему противопоставляется достижение гармонии, согласия и благополучия. При этом теоретический медиадискурс зачастую упускает морально-этический аспект, рассматривая конфликт

через призму его информационной ценности, потенциал создания инфополюса [Вартанова, Дунас, Гладкова, 2021].

Говоря о сложной природе медиарепрезентаций конфликта, следует иметь в виду, что медиа могут реализовывать самые разные роли: информаторов, соучастников, регуляторов конфликта; инструмента распространения конфликта в широком коммуникационном пространстве; области его существования и порождения [Байчик, 2020]. Преодолевая традиционные границы сфер социальной коммуникации, организованных институционально, профессионально, социально-политически, цифровые медиакommunikации позволили социальным субъектам в рамках конфликта напрямую вступать в коммуникацию, используя организационный и мобилизационный потенциал Интернета и новых технологических платформ [Mortensen, Eskjaer, Hjarvard, 2015]. В последние годы ситуация в медиасреде становится ещё более сложной, поскольку в медиакommunikационном поле, наряду с сайтами и аккаунтами традиционных СМИ, с социальными сетями, набирает влияние ещё один влиятельный игрок – глобальные цифровые платформы, чья аудитория, формируемая прежде всего молодыми людьми, доверяет их содержанию больше, чем традиционным СМИ [Медиапотребление «цифровой молодёжи», 2021; Chobanyan, Nikolskaya, 2021].

Усложняющаяся полисубъектная структура медиасреды, описанная выше (традиционные СМИ, новые медиа, активная аудитория), не позволяет давать однозначные прогнозы потенциальных стратегий репрезентации социального конфликта, потенциала его эскалации или, напротив, регулирования и разрешения под воздействием медийного освещения с помощью традиционных подходов. Медиаэффекты, возникающие в ходе освещения тех или иных конфликтов, могут быть принципиально разными и часто непредсказуемыми, поскольку субъекты медиaprостранства имеют различную природу и выполняют разные роли, реализуя определяемые противоречивыми интересами контент-стратегии.

Традиционные СМИ, ориентированные на достижение общественного баланса и стабильности (что определяется природой журналистики, как социального института и результата неформального общественного договора [Прохоров, 2011], в большинстве своём освещают конфликт, опираясь на профессиональные принципы журналистики. В фокус внимания традиционных массмедиа в основном попадают конфликты социально значимого, государственного масштаба. Как показали недавние исследования, журналисты, формируя повестку дня, склонны воспринимать конфликт как новостную ценность [Толоконникова, Лукина, 2021; Якова, 2021: 693–694]. При этом, руководствуясь профессионально-этическими стандартами профессии, редакции СМИ и профессиональные журналисты должны выступать, скорее, нейтральными хроникерами или даже миротворцами, нацеленными на примирение конфликтующих сторон [Смирнова, Шкондин, 2021].

Конфликтогенный потенциал в бóльшей степени присущ интернет-среде, в которой освещение конфликтов разного уровня, в том числе межличностных и локальных, отличается более агрессивным характером, ориентировано на принципиально иные цели и задачи, в том числе и не всегда очевидные. Здесь межличностные конфликты из-за анонимности, отсутствия общения «лицом к лицу», вследствие дистанционной и медийной опосредованности коммуникации чаще

перерастают во враждебность членов сообществ по отношению к другим сообществам и друг к другу. Кроме того, важную роль играет и отсутствие общих этических принципов, разделяемых всеми субъектами цифровой медиакommunikации [Bodrunova, Litvinenko, Vlekanov, 2021; Жуйков, Каспаров, Нурахмедова, 2019].

Медиатизация конфликта: отечественный теоретический дискурс

Как показало недавно проведённое исследование поля отечественных академических исследований взаимодействия и взаимовлияния конфликта и медиа, этот дискурс не представляет собой единую междисциплинарную систему, рассматривающую социальный конфликт в медиапространстве в системном единстве наук об обществе в силу различия академических подходов, несогласованности методик и пестроты тематики. Однако данный дискурс всё же выстраивается вокруг вполне конкретных векторов научного поиска, каждому из которых присущ определённый набор применяемых методов и теоретических подходов [Вартанова, Асланов, Гладкова, Дунас, 2022]. К выявленным кластерам исследования научного знания о конфликте в медиа можно отнести следующие:

- стратегии репрезентации конфликта в пространстве медиакommunikаций;
- оценка или прогноз реального / потенциального воздействия медиа на конфликт; технологические или языковые медиакommunikационные инструменты реализации воздействия медиа;
- теоретико-концептуальный блок подходов к осмыслению природы взаимовлияний конфликта и медиа [Там же: 429].

Очевидно, что социальный конфликт часто становится предметом освещения в традиционных СМИ и интернет-пространстве. Это, в свою очередь, ставит множество междисциплинарных исследовательских задач перед учёными, работающими в поле медиа. Рассмотрим в общих чертах каждый кластер.

Среди обозначенных направлений академического интереса особое значение для медиаисследователей представляет первый блок – анализ стратегий репрезентации конфликта в медиаполе. Именно в рамках этого направления изучается роль медиа в репрезентации конфликта, на основании чего определяется характер и динамика медиастратегии. Выделяются следующие роли: «нейтральная», «политэкономическая», «терапевтическая» и «миротворческая». Эти роли не всегда встречаются в чистом виде, да и сами их названия, скорее, представляют метафоры, отсылающие к магистральному пути стратегии медиарепрезентации конфликта в конкретный период времени заданного медиа. Тем не менее эти роли олицетворяют весь спектр функционального воздействия медиа на общество в условиях конфликтов: от нормативного подхода, предписывающего медиа необходимость выступа сторонним наблюдателем, в рамках чего конструируется объективизированная картина действительности, до деятельностного подхода, при котором предполагается, что медиа выполняют гуманистическую миссию служения человечеству и защиту высочайшей его ценности – человеческой жизни. Отдельным вопросом теоретической дискуссии отечественного дискурса следует считать анализ медиаэффектов на аудиторию. Связь между стратегией медиарепрезентации конфликта и поведением

аудитории не всегда очевидна, и здесь обнаруживаются пробелы в социологическом и антропологическом изучении аудитории медиа в условиях конфликтов.

Медиатизация конфликта создаёт принципиально иные условия бытования конфликта в медиасреде, что требует учитывать не только комплекс, но и систему медийных характеристик, конфликтологических элементов. Если к конфликтологическим элементам относятся следующие: группы, стадии, причины, социальный контекст, ценности и управление конфликтом [Зайцев, 2001], то к медийным характеристикам возможно отнести тип медиа и его функциональную особенность, контент-стратегию, инструменты медиарепрезентаций [Вартанова, Асланов, Gladkova, Дунас, 2022: 443].

Типы конфликтов в медиа – предмет ряда классификаций и типологий, наиболее продуктивным среди которых представляется выделение «социального конфликта» как наиболее широкого понятия, объединяющего все известные в обществе виды конфликтов, представляющих социальное значение и таким образом способных войти в поле зрения медиа и быть медиатизированными. Внутри социального конфликта релевантной типологией возможно считать подход американского исследователя Р. Даля, адаптированный российскими исследователями [Крашенинникова, Никольская, 2022: 107]. В качестве ключевой детерминанты конфликта выбрана сфера общественной жизни – экономика, политика, социальная сфера, религия, наука, система управления, духовный мир человека, а также армия как наиболее острая форма эскалации политического конфликта.

Если сравнить эту широкую классификацию с результатами проведённого эмпирического исследования отечественного дискурса медиаконфликтологии [Вартанова, Gladkova, Асланов, Дунас, 2022], следует обратить внимание на несколько обстоятельств. Во-первых, последние годы обнаружили новый контекст существования конфликта – пандемию COVID–19, что породило отдельный тип конфликта [Там же: 441]. Во-вторых, в отдельные группы конфликта следует, вероятно, выделять теракты и межэтнические конфликты как наиболее острые производные формы политического и военного конфликтов [Там же].

Так или иначе, ключевой вывод, к которому пришла группа исследователей факультета журналистики, изучившая динамику публикаций о различных типах конфликта в традиционных СМИ и социальных медиа [Крашенинникова, Никольская, 2022: 130] заключается в том, что существует тесная связь между конфликтами разного рода. Всплеск одного типа конфликта в медиасреде часто провоцирует всплеск другого типа конфликта, что только подтверждает действительность и целесообразность понятия «социального конфликта» как зонтичного термина, требующего концептуального единства в рассмотрении.

Социальный конфликт в полисубъектной медиасреде: репрезентации

Как отмечалось выше, сложность природы и характера протекания социального конфликта, а также многоуровневость и различные векторы, влияющие на освещение конфликта в полисубъектной цифровой медиасреде, затрудняют возможность предсказания протекания конфликта – как в реальной жизни, так и в медиасреде [Лабущ, Пуя, 2019]. Именно поэтому в последние годы особое внимание

исследователей уделяется изучению медиарепрезентаций конкретных конфликтов, причём учёные подчёркивают, что, с одной стороны, без анализа содержания СМИ понимание природы и процесса протекания современного социального конфликта будет неполным [Смирнова, Шкондин, Денисова и др., 2021], а, с другой, без анализа конкретных кейсов не будут понятны причины, направления распространения и динамика конфликтов в медиа [Romero-Trillo, 2011; Adeyanju, 2018].

Еще одним интересным подходом становится изучение не столько репрезентаций конкретных конфликтов, сколько выявление в одном временном отрезке репрезентаций разных типов конфликтов, их особенностей в контексте всего информационного потока. Именно такой подход был использован исследователями факультета журналистики, изучавшим медиарепрезентации конфликта в 2022 году. Для понимания типологии и динамики обсуждения социальных конфликтов, освещавшихся в российских СМИ и социальных медиа в период с 01.07.2021 по 30.06.2022, они использовали типологию конфликтов, которую предложил Р. Даль (см. предыдущий раздел), и отобрали в базах данных СМИ «Интегрум» и «Медialogия» массив материалов с упоминанием категории «конфликт» [Крашенинникова, Никольская, 2022: 107–110].

На основе ключевых слов, представленных в материалах СМИ и социальных сетей, исследователи в своей пилотной работе сформировали массивы упоминаний 10 типов конфликтов (в соответствии со сферами жизнедеятельности общества, в которых конфликт проявлялся) – экономический, социальный, политический, правовой, идеологический, нравственный, религиозный, научный, управленческий, военный. Отдельное внимание было уделено анализу частотности упоминаний конфликта и его категорий в СМИ и социальных медиа.

В результате анализа исследовательский коллектив пришёл как к ряду достаточно предсказуемых, так и к некоторым неожиданным выводам.

Среди десяти категорий на первых трёх позициях как в институционализированных, так и в неинституционализированных медиа оказались одни и те же понятия и гнезда слов. Это позволило авторам сделать вывод о том, что «в СМИ и социальных сетях обсуждаются одни и те же темы: о «замалчивании» какой-либо темы в СМИ и отсутствии отклика в социальных сетях речи нет» [Крашенинникова, Никольская, 2022: 129]. Исследователи подчёркивают, что массив материалов социальных сетей за исследуемый период оказался разнообразным и содержал как публикации СМИ в их официальных аккаунтах в цифровой среде, так и перепосты и авторские публикации в личных аккаунтах.

Авторы установили некоторую «вторичность» социальных сетей по отношению к традиционным СМИ в процессе репрезентации конфликта. Особенно это было заметно в феврале – апреле 2022 года, то есть на начальном этапе специальной военной операции РФ на Украине. На основании этого было сделано дискуссионное предположение о том, что «реакция пользователей в социальных сетях имеет отложенный характер по отношению к публикациям в официальных медиа» [Там же]. Интересно, что именно в указанные месяцы возникли количественные «пики» материалов, упоминавших и другие типы конфликта – идеологический, политический, религиозный, научный. Это дало авторам основание предположить, что между

медиапредставлениями разных типов конфликта прослеживается определённая связь, что позволяет их объединять более широким определением – социальный конфликт. При этом встаёт вопрос о комплексе и соотнесённости «сопровождающих» друг друга разных типов конфликтов [Там же: 130].

Заключение

В контексте актуальных тенденций национального и глобального характера (цифровизация, медиатизация, переход аудитории в онлайн, рост времени, проводимого с социальными медиа, трансформация практик потребления медиа в конвергентной среде, появление новых медийных и коммуникационных платформ и усиление кросс-медийности) происходит трансформация коммуникационных процессов, связанная в том числе с изменением роли журналистики, массмедиа и социальных медиа в современном российском обществе [Варганова, 2018; 2021; Загидуллина, 2018; Назаров, 2022]. Проникновение цифровых медиатехнологий во все сферы общественной жизни формирует медиатизацию окружающей реальности, которую исследователи всё чаще характеризуют как «глубокая медиатизация» [Нерр, 2020], что ставит актуальную задачу понимания принципов функционирования традиционных и социальных медиа, их типологии, природы взаимодействия с аудиторией, масштаба и особенностей эффектов репрезентации социальной реальности, в том числе и конфликтов, в онлайн-среде.

В число актуальных исследовательских вызовов сегодня входит и теоретический анализ полисубъектной структуры медиасреды (традиционные СМИ; новые медиа; активная аудитория), порождающей новые ситуации репрезентации, эскалации и разрешения или обострения социальных конфликтов, которые не поддаются однозначному прогнозированию. Поскольку субъекты медиaprостранства имеют различную природу и выполняют разные роли, а также реализуют детерминированные противоречивыми интересами контент-стратегии, медиаэффекты отражения тех или иных конфликтов могут быть принципиально разными и часто непредсказуемыми [Байчик, 2020].

Традиционные СМИ призваны освещать конфликт, опираясь на профессиональные принципы социально ответственной журналистики, в то время как интернет-среда, в силу своего высокого конфликтогенного потенциала, изначально склонна к усилению и продлению конфликта, что напрямую сказывается и на его освещении. Поэтому стратегии медиарепрезентации конфликтов существенно различаются и напрямую зависят от типа субъекта медиасреды. То же можно сказать об аудиторных эффектах социальных медиа, потенциал которых представляется на сегодняшний день неизученным.

Обозначенные в статье вопросы требуют системного и комплексного знания современной природы и структуры медиасреды, наряду с теорией и практикой конфликтологии, а также междисциплинарного инструментария в конструировании воздействий медиарепрезентаций конфликта на общественные процессы. Построение прогноза социальных эффектов медиарепрезентации конфликта в условиях цифровой полисубъектной медиасреды с целью выявления механизмов протекания и управления конфликтами представляется нам важной междисциплинарной задачей, решению

которой должны способствовать перечисленные в данной статье теоретические и эмпирические подходы.

Список литературы

Айрис А. Управление медиакомпанией. Бизнес-модели, технологии, стратегии и методы / А. Айрис, Ж. Бюгин. М., 2010. 560 с.

Аникина М. Е. Институциональные роли российского журналиста в начале XXI века / М. Е. Аникина // Медиаскоп. 2019. № 4.

Анцупов А. Я. Конфликтология в схемах и комментариях / А. Я. Анцупов, С. В. Баклановский Учебное пособие. 2-е изд., перераб. СПб. : Питер, 2009.

Байчик А. В. Массмедиа. Ценности. Конфликт / А. В. Байчик. СПб. : Изд-во РХГА, 2020.

Вартанова Е. Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды / Е. Л. Вартанова // Меди@льманах. 2022. № 2 (109). С. 8–14.

Социальный конфликт в отечественных медиаисследованиях: эмпирический анализ дискурса научных журналов (2014–2021) / Е. Л. Вартанова, И. А. Асланов, А. А. Гладкова, Д. В. Дунас // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11, № 3. С. 429–452.

Вартанова Е. Л. Медиа и конфликты: исследование взаимовлияния в актуальном академическом дискурсе / Е. Л. Вартанова, Д. В. Дунас, А. А. Гладкова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2021. № 4. С. 3–32.

Вырковский А. В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход / А. В. Вырковский. М. : МедиаМир. 2016.

Вырковский А. В. Возможности влияния неинституционализированных производителей развлекательного и познавательного контента на аудиторию / А. В. Вырковский, М. И. Макеенко // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2021. № 5. С. 74–99. DOI 10.30547/vestnik.journ.5.2021.7499.

Вырковский А. В. Новые медиа и политические процессы в постсоветских странах (на примере «цветных революций») / А. В. Вырковский, А. С. Горбунова, М. И. Давлетшина // Медиаскоп. 2019. Вып. 4. DOI 10.30547/mediascope.4.2019.8/. URL: <http://www.mediascope.ru/2593> (дата обращения: 10.10.2022).

Дарендорф Р. Элементы теории социального конфликта // Социологические исследования. 1994. № 5. С. 142–147.

Дунас Д. В. Социализация и самореализация как ключевые мотивы медиапотребления (опыт исследования поколения z в России) // Меди@льманах. 2020. № 5 (100). С. 25–35.

Жуйков А. А. Виртуальные конфликты в социальных сетях как угроза информационной безопасности / А. А. Жуйков, А. Р. Каспаров, А. А. Нурахмедова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2019. № 2 (239). С. 89–94.

Загидуллина М. В. Иконическое и голосовое: глобальная трансформация письменной коммуникации // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура : Сборник статей II Международной научно-практической конференции. В 2-х томах, Москва, 29–30 марта 2018 года / Под общей редакцией А. В. Должиковой, В. В. Барабаша. Москва : Российский университет дружбы народов (РУДН), 2018. С. 324–330. ISBN 978-5-209-08629-1. EDN XNGNOX.

Зайцев А. К. Социальный конфликт / А. К. Зайцев. Изд. 2-е. М. : Academia, 2001. 464 с.

Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов / Л. М. Землянова. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.

Зиммель Г. Избранное: в 2 т. М. : Юрист, 1996.

Индустрия российских медиа: цифровое будущее / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, С. С. Смирнов, М. И. Макеенко. М. : МедиаМир, 2017.

Кин Дж. Демократия и декаданс медиа. М. : ИД ГУ ВШЭ, 2020.

Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. 2010. № 12 (83). С. 13–21.

Крашенинникова М. А. Традиционные СМИ и социальные медиа: диалектика социальных конфликтов (2021–2022) / М. А. Крашенинникова, Э. С. Никольская // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2022. № 5. С. 103–135.

Лабуш Н. С. Медиатизация экстремальных форм политического процесса. Война, революция, терроризм / Н. С. Лабуш, А. С. Пую. СПб : Издательство Санкт-Петербургского университета, 2019. 340 с.

Макеенко М. И. Онлайн-производители развлекательного контента как участники социально-политических процессов / М. И. Макеенко, А. В. Вырковский // МедиаАльманах. 2021. № 6. С. 24–31.

Макеенко М. И. Возможности использования политической экономии коммуникации в российской теории медиа / М. И. Макеенко, А. А. Кугушева // Медиаскоп (электронный журнал). 2019. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2574> (дата обращения: 10.10.2022).

Манойло А. В. Убить котёнка, или как действуют технологии конфликтной мобилизации в социальных сетях // Конфликтология/nota bene. 2015. № 2. С. 197–202.

Медиапотребление «цифровой молодёжи» в России / Под ред. Д. В. Дунаса, Д. М. Вьюгина, А. Н. Гуреева [и др.]. М. : Факультет журналистики МГУ; Изд-во Московского ун-та, 2021.

Медиасистема России: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. М. : Аспект Пресс, 2020. 424 с.

Назаров М. М. Медиа: аудиторные тренды. Человек в современной российской медиасреде. М. : Ленанд, 2023. 256 с.

Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов / Е. П. Прохоров. 8-е изд., испр. М. : Аспект Пресс, 2011.

Работа журналиста в цифровой периодике / Под ред. О. В. Смирновой; О. В. Смирнова, Е. Л. Вартанова, И. Б. Александрова и др. М. : Аспект Пресс, 2021. 248 с.

Смирнова О. В. Исследования медиа и журналистики в контексте конфликтологии: системно-теоретические аспекты / О. В. Смирнова, М. В. Шкондин // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10, № 1. С. 5–21.

Социальные индикаторы конфликта в контексте медиа и журналистики: анализ содержания российских СМИ / О. В. Смирнова, М. В. Шкондин, Г. В. Денисова [и др.] // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10, № 3. С. 422–436.

Срничек Н. Капитализм платформ / Пер. с англ. под науч. ред. М. Добряковой. М. : ВШЭ. 2020.

Телевидение в России в 2020 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / Под общей ред. Е. Л. Вартановой и В. П. Коломийца. М. : Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций. 2021.

Толоконникова А. В. Конфликты в информационной повестке дня: к вопросу об объективности (на примере публикаций российских информационных агентств Интерфакс и ТАСС) / А. В. Толоконникова, М. М Лукина // Меди@льманах. 2021. № 5. С. 74–85.

Тыщевская А. Ю. Инфлюенсеры vs традиционные медиа: новые институциональные конфликты медиaproстранства // Медиа в современном мире. 60-е Петербургские чтения: сб. мат. Междунар. науч. форума (30 июня – 2 июля 2021 г.) / Отв. ред. А. А. Малышев: в 2 т. Т. 2. СПб. : Медиапапир, 2021. С. 148–150.

Якова Т. С. Массмедиа и конфликты: медиагеографические исследования // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. № 4. С. 680–697.

Adeyanju C. G. The mass media and violent conflicts in Sub-Saharan Africa // Journal of Liberty and International Affairs. 2018. № 4 (3). P. 73–87.

Blanchett N. Participative Gatekeeping: The Intersection of News, Audience Data, Newswriters, and Economics // Digital Journalism. 2021. № 9 (6). P. 773–791. DOI 10.1080/21670811.2020.1869053.

Bodrunova S. S. New media and the political protest: the formation of a public counter-sphere in Russia of 2008-12/ S. S. Bodrunova, A. A. Litvinenko // Russia's Changing Economic and Political Regimes / Eds. A. Makarychev, A. Mommen. Routledge Chapman & Hall, 2013. Pp. 29–66.

Bodrunova S. S. Incivility and Political Dissent: Multiple roles of aggressive speech in comments on Russian YouTube / S. S. Bodrunova, A. Litvinenko, I. Blekanov // Proceedings of the Weizenbaum Conference 2021 (pp. 1–4). Berlin : Weizenbaum Institute for the Networked Society – The German Internet Institute, 2021. DOI 10.34669/wi.cp/3.11.

Chobanyan K. Testing the waters: Tiktok's potential for television news / K. Chobanyan, E. Nikolskaya // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. 2021. Vol. 3, № 3. P. 62–88.

Daalmans S. Stereotyped but Liked? A Content Analysis of the Presence and Stereotypical Portrayal of Minority Groups in Award-Winning Commercials / S. Daalmans, M. Odink // Communication Research Reports. 2019. Vol. 36., № 3. Pp. 231–241, DOI 10.1080/08824096.2019.1630605.

Deuze M. Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism / M. Deuze, T. Witschge // Journalism. 2018. № 19 (2). P. 165–181.

Dorfman A. How to read Donald Duck: How To Read Donald Duck / A. Dorfman, A. Mattelart New York : International General, 1975.

Dunas D. Emerging digital media culture in Russia: modeling the media consumption of Generation Z / D. Dunas, S. Vartanov // Journal of Multicultural Discourses. 2020. Vol. 15. № 2. Pp. 186–203.

Entman R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication. 1993. № 43 (4). Pp. 51–58. DOI 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x.

Flew T. Six theories of neoliberalism. Thesis Eleven. 2014. № 122. P. 49–71.

Fuchs C. Social Media: A Critical Introduction, 2nd edn. London : SAGE, 2017.

Gureeva A. Government and youth communications in social media: Theoretical basics and Russian practice / A. Gureeva, D. Dunas, O. Muronets // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. 2021. № 1. DOI 10.30547/worldofmedia.1.2021.2.

Hepp A. Deep Mediatization. Routledge, 2020.

Herman E. S. Manufacturing Consent / E. S. Herman, N. Chomsky. New York : Pantheon Books, 1988.

Handbook of new media: social shaping and social consequences – student edition / L. A. Lievrouw, S. Livingstone. London : Sage, 2006.

Lindgren S. Digital Media and Society. London : SAGE, 2017.

Mortensen M. Conclusion. The Mediatization of Conflicts: Prospects and Challenges / M F. Eskjær, S. Hjarvard, & M. Mortensen // The Dynamics of Mediatized Conflicts / M F. Eskjær, S. Hjarvard, & M. Mortensen (Eds.). New York : Peter Lang, 2015. Vol. 3. Pp. 205–211.

Mosco V. Becoming Digital: Toward a Post-Internet Society. London : Emerald Pub, 2017.

Negroponte N. Being Digital. New York : Vintage, 1996.

Nelson T. E. Media Framing of a Civil Liberties Conflict and Its Effect on Tolerance / T. E. Nelson, R. A. Clawson, Z. M. Oxley // The American Political Science Review. 1997. № 91 (3). P. 567–583.

Picard R. G. Mapping digital media: Digitization and media business models. Open Society Institute, 2011.

Romero-Trillo J. The representation of liminality conflicts in the media // Journal of Multicultural Discourses. 2011. Vol. 6. № 2. Pp. 143–158. DOI 10.1080/17447143.2010.545412.

Semetko H. A. Framing European politics: A content analysis of press and television news / H. A. Semetko, P. M. Valkenburg // Journal of Communication. № 50 (2). Pp. 93–109. DOI 10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x.

Steensen S. What is digital journalism studies? / S. Steensen, O. Westlund. London : Routledge, 2021.

Vyncke B. Using counterframing strategies to enhance anti-stigma campaigns related to mental illness / B. Vyncke, B. Van Gorp // Social Science & Medicine. 2020. № 258. Article 113090. DOI 10.1016/j.socscimed.2020.113090.



Коломиец Виктор Петрович

МГУ им. М. В. Ломоносова,
Москва, Россия.

vikkolomiets@yandex.ru

МЕДИА В ПРОСТРАНСТВЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ

Аннотация. В тексте представлена проблемная ситуация, которая возникла в связи с переходом преподавания от социологии СМИ к медиасоциологии в вузах, где ведётся подготовка журналистов. Традиционный курс «Социология СМИ» имеет глубокую методологическую и методическую проработку, массу учебников, но всё это отражает доцифровую реальность. Нынешнее студенчество живёт совершенно в ином медиaprостранстве, и это заставляет переходить от социологии СМИ к медиасоциологии, для которой не только нет учебников, но и предметная область не конституирована на уровне академической науки. В тексте представлен один из возможных вариантов описания предметного поля медиасоциологии как относительно самостоятельного направления социологического знания и преподавания.

Ключевые слова: СМИ, медиа, социология СМИ, социология массовой коммуникации, социология журналистики, медиасоциология, социология медиакommunikации

Kolomiets Viktor P.

Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russia.

vikkolomiets@yandex.ru

MEDIA IN THE SPACE OF SOCIOLOGICAL KNOWLEDGE

Abstract. The text presents a problematic situation that arose in connection with the transition of teaching from media sociology to media sociology in universities where journalists are trained. The traditional course of sociology of the media has a deep methodological and methodological study, a lot of textbooks, but all this reflects the pre-digital reality. Today's students live in a completely different reality, and this forces them to move from media sociology to media sociology, for which not only there are no textbooks, but also the subject area is not constituted at the level of academic science. The text presents one of the possible options for describing the subject field of media sociology as an independent area of sociological knowledge and teaching.

Keywords: media, media sociology, sociology of mass media, sociology of mass communications, sociology of media communication

Тема, представленная в названии, хотя и широкая по своей постановке, носит глубоко прагматичный характер. Дело в том, что в образовательных организациях, где ведётся подготовка журналистов, как правило, преподаётся социология. По данным нашего исследования пятилетней давности, в 21 вузе из 40 ответивших на нашу анкету читались курсы «Социология» или «Общая социология», в 34 вузах из 40 читались курсы «Социология журналистики» или «Социология СМИ» [Коломиец, Разин 2018]. На факультете журналистики МГУ, где наша кафедра обеспечивает социологическую подготовку будущих журналистов, читаются курсы с семинарскими занятиями по социологии и «медиасоциология». А для нового направления подготовки «медиакommunikация» читается годичный курс «социология медиакommunikации». На факультете журналистики социология, наряду с филологическими дисциплинами,

считается базовой, вокруг которой строится теоретическая подготовка журналистов. Кроме того, выпускные квалификационные работы студентов, как правило, носят исследовательский характер, то есть нацелены на медиаисследования, что предполагает определённую базовую подготовку по социологии. А если посмотреть вопросы выпускных государственных экзаменов, то они наполнены социологическими концепциями и идеями классической социологической мысли.

В рамках ежегодной (февральской) Международной научно-практической конференции «Журналистика: творчество, профессия, индустрия» кафедра организует секцию по социологии. В 2023 году секция носит название «Социологические исследования медиаконтента: инструменты, методики, результаты».

Преподавание учебных дисциплин требует фиксации устоявшегося знания, которое происходит в учебниках. Долгое время основным социологическим курсом для журналистов был курс «Социология СМИ», а основными учебниками были учебник И. Д. Фомичёвой [Фомичёва, 2012] и Л. Н. Федотовой [Федотова, 2009]. В целом существует много учебников по социологии СМИ или социологии массовой коммуникации, что является фактом признания этого направления социологии как относительно самостоятельных в рамках социологического дискурса [см., например, Гостенина, Киселёва 2009; Касьянов 2009; Науменко 2005; Полуэхтова 2009; Филатова 2006; Черных 2008; Шарков, Родионов 2002].

Обзор учебников показывает, что все они написаны до конца десятих годов, затем только переиздания. В этом году был переиздан самый объёмный учебник Л. Н. Федотовой, первое издание которого увидело свет больше 20 лет тому назад. Вся эта масса учебной литературы презентует доцифровую реальность и слабо воспринимается студентами, так как там нет Твиттера, социальных сетей, блогеров, инфлюенсеров, там нет реальности, в которой они живут. Реальность совершенно иная.

Понятно, что сегодня массовая коммуникация как феномен, в центре которого находятся каналы коммуникации, и журналистская деятельность по их наполнению контентом, доставляемом многочисленной аудитории, претерпевает существенные изменения. Концепты, которые описывали данный феномен (СМИ, «массовая коммуникация», «средства массовой коммуникации») с понятным содержанием и чётко очерченными границами, постепенно теряют свою эвристическую значимость, поскольку описываемая реальность рассыпается, кастомизируется. Им на смену идёт новый терминологический ряд: «медиа», «медиасреда», «медиасистема», «медиакоммуникация», «медиаатизация» с расплывчатыми границами и далеко неоднозначным содержанием. И это не просто смена понятий.

В этих условиях мы вынуждены переходить от преподавания социологических дисциплин, концептуализирующих традиционные СМИ, к социологии медиа, медиасоциологии, социологии медиакоммуникации. Дисциплин, для которых учебников нет. Нет даже академической проработки предметной области медиасоциологии или социологии медиакоммуникации. Она является предметом наших постоянных обсуждений, дискуссий и споров. В этом тексте представлены некоторые результаты наших дискуссий.

Социология СМИ, массовой коммуникации и медиасоциология

Первый вопрос, который мы себе задали, заключается в том, можем ли мы обойтись простой заменой категории «СМИ» на категорию «медиа» в своих курсах? Например, заменить одну из центральных тем курса «Социальные функции СМИ» на тему «Социальные функции медиа». Дискуссии привели нас к пониманию того, что это невозможно. Основная проблема, с которой сталкивается социолог, который решил описать пространство медиасоциологии, заключается в онтологической безграничности понятия медиа, а в этой связи его гносеологической беспомощности.

Сама по себе трактовка понятия «медиа» особых сложностей не вызывает: медиа – это технологический посредник, инструмент (технология, техника и т. п.), с помощью которого люди, преодолевая пространство и время, информируют, развлекают, убеждают друг друга, договариваются, выстраивают отношения. Неслучайно долгое время термины «СМИ» и «медиа» трактовались как синонимы. Сложности возникают в связи с тем, что СМИ, стремительно развиваясь, расширяя границы своего влияния, проникли в повседневную жизнь людей, меняя их образ жизни, каждодневные практики, то есть вышли за пределы посреднических функций в доставке информации и таким образом превратились в медиа. Медиа становятся материальным субстратом общественных отношений, вездесущим техническим средством, несущим символические формы, способом изменения социального, а не просто его конструирования.

Проблема усугубляется тем, что медиа можно обнаружить повсюду. То есть если задаться вопросом, что не относится к медиа, то ответ на него будет весьма затруднителен. Практически любой предмет материального мира можно наделить смыслом, поскольку это функция человека, а не самого предмета, таким образом превратив его в медиа. Понимание медиа как единство технологического и символическо-смыслового приводит нас к тому, что медиа может быть все, что угодно, точнее – любой элемент предметного мира, который для человека стал носителем смысла. Например, ветка дерева, в которой кто-то увидел оленя. Человек наполняет нечто смыслом и превращает это нечто в медиума (посредника) или, в нашей трактовке, в медиа. А для М. Маклюэна, напомним, медиа в своём максимуме – это «внешнее расширение человека». Современный человек погружен в медиасреду – насыщенный раствор для производства личностных номинаций, передачи впечатлений, данных, ощущений.

В этой среде происходит интерференция материального и смыслового. Для социологического анализа этой медианасыщенной среды не годятся теоретические конструкции, направленные на социологический анализ функционирования традиционных институтов СМИ.

То есть «социология СМИ» и «социология медиа» – это разные по своим основаниям теоретические конструкции. И, если на уровне конкретных эмпирических исследований социальной коммуникации сегодня это различие не является значимым, его можно проигнорировать, то на уровне учебной дисциплины, учебника и учебного пособия, где по большому счёту и фиксируется некоторая самостоятельность и

независимость определённой дисциплины – в данном случае медиасоциологии – это различие становится очень важным, а точнее непреодолимым.

В поисках ответа на вопрос, что такое «социология медиа» или «медиасоциология» и чем она отличается от «социологии СМИ», мы обратились к анализу зарубежной литературы, прежде всего англоязычной. Анализ показал, что существуют различные точки зрения на понимание «социологии медиа» как относительно самостоятельного направления исследования и преподавания [Wenhong Chen, 2018; Andreas Hepp, 2022].

Существует точка зрения, которая подвергает сомнению возможность существования «социологии медиа» как относительно самостоятельного направления в социологии. Например, американский исследователь Сильвио Вайсборд в статье «Медиасоциология», опубликованной в четырёхтомном энциклопедическом словаре, пишет: «медиасоциология не является единой областью с общими вопросами, аргументами и направлениями исследований, по крайней мере, в Америке или Западной Европе. Это не связанная область исследования с общими теоретическими вопросами или интеллектуальными проектами. Наоборот, это «постдисциплина» с рассредоточенными и меняющимися эмпирическими интересами, обусловленными событиями в «медиа» и аналитически обоснованными в различных направлениях социологической теории. Медиасоциология находится за пределами области и дисциплины – это общий ярлык для обозначения параллельных научных направлений, имеющих мало общего, за исключением широко понимаемого интереса к социологическим вопросам, касающимся средств массовой информации» [Waisbord Silvio, 2016]. Нас, как тех, кто преподаёт «Медиасоциологию» как дисциплину, не очень устраивает такой подход, хотя в этих рассуждениях есть определённая истина.

Однако в 2015 году ведущее профессиональное сообщество американских социологов «Американская социологическая ассоциация» официально признала медиасоциологию в качестве подобласти, переименовав Секцию коммуникационных и информационных технологий в Секцию коммуникации, информационных технологий и медиасоциологии (CITAMS). Это позволило укрепить сообщество медиасоциологов, провести несколько конференций, повысить значимость медиасоциологии. Этот факт, несомненно, фиксирует поступательное развитие медиасоциологии, по крайней мере, в Северной Америке (<https://citams.org/about>).

Мы в своих рассуждениях исходим из того, что пересечение социологии и коммуникационных исследований имеет почти вековую традицию, которая реализуется и в современных условиях. Медиасоциология существует как факт и в настоящее время. Однако цифровизация внесла свои коррективы как в социальную коммуникацию, так и в социологию. Мы имеем дело с двумя векторами преобразований: одно связано с изменениями в объекте исследования другое – самом исследовательском дискурсе.

Медиасоциология

Социология, как и социальная коммуникация, претерпевает определённые изменения, которые связаны с развитием такого направления, как «цифровая социология». Использование современных коммуникационных технологий привело к

изменениям в социальной структуре общества. Социальные институты, оставаясь центральным социальным образованием, наполняются новыми нормативными отношениями: работа, обучение, развлечение, торговля или лечение «через экран» становится нормой. Постоянный коннект привёл к увеличению разнообразия интерактивных интеграций, которые пополнили социальную структуру общества такими новыми социальными образованиями, как, например, социальная сеть и информационный потоки [Иванов, 2022]. В этой связи современная социология – это глубоко фрагментированная и дезинтегрированная социология. В частности, проблемное поле социологии дифференцируется, появляется большое количество разнообразных социологий, посвящённых различным аспектам жизни с отсутствием интеграционных теорий, которые, опираясь на результаты разнообразных эмпирических исследований, давали бы релевантную картину современного общества. В этом ракурсе медиасоциология предстаёт как многообразие теоретических конструкций вокруг различных элементов коммуникационной практики.

Лет десять тому назад известная исследовательница Соня Ливингстон поставила вопрос о «посредничестве всего», она описала сдвиг, который привёл к идее, что СМИ больше нельзя считать отдельной «сферой общества», которая влияет на других. С появлением «новых» цифровых медиа и цифровизацией «старых», унаследованных СМИ, требуется совершенно иной подход. Медиасоциология должна обратиться к гораздо более высокому уровню сложности, то есть к медиатизированному обществу, в котором все человеческие практики, социальные отношения и социальный порядок переплетены с цифровыми медиа и их инфраструктурами. Требуется переориентация социологических взглядов и представлений, социологического мышления и воображения, иное построение учебной дисциплины «медиасоциологии» [Ливингстон, 2017]. То есть широкое, практически безграничное, понимание медиа позволяет выделить в качестве предельно широкого исследовательского пространства медиасоциологии взаимовлияния медиа и общества. В этом аспекте медиасоциология – это прежде всего социологический анализ общества, в котором медиа выступают посредником общественных отношений и анализ медиа с точки зрения социального, культурного, экономического и политического контекстов.

Социологический анализ как профессиональный дискурс – это анализ того, как отдельные лица, группы и общества интегрируют контент, технологии в общественное пространство и повседневный опыт людей. Социологический подход предполагает определённое социальное измерение (иерархию в архитектуре властных отношений) любого производителя или потребителя контента, канала коммуникации. Медиасоциология изучает социальную составляющую всего того, что покрывает исходное понятие – «медиа»: медиаорганизации, медиатехнологии, медиаконтент, аудитории и медиакommunikацию как процесс взаимосвязи этих элементов. Социологическое исследование медиа позволяет «расколдовывать» показную естественность медиасреды и фиксировать социальные силы, которые стоят за этим.

В этой связи, с определённой долей условности можно сформулировать две исследовательские оптики. Первая направляет свой исследовательский интерес на медиатизированное общество. Проблемы власти, политики, социального неравенства, человеческого общежития, гендера, то есть ключевые социологические проблемы в

медиа социологии приобретают медиатизированное содержание. Медиатизация как процесс и как результат повсеместного проникновения медиа во все сферы общественной жизни становятся объектом исследования медиа социологии. Вторая оптика направлена «внутрь» медиа как некоего технико-символично-экономического пространства, которое строится вокруг определённой субъектности. Например, социальная сеть выстраивается вокруг человека, который с помощью технологии, получил возможность контактировать с большим количеством людей вне зависимости от расстояний, а также «собирать» сообщества единомышленников.

В буквальном понимании медиа социология – это определённый взгляд, стиль мышления на опосредованную техническими средствами повседневную практику. Предметом исследования социологии медиа выступают медиатизированные повседневные практики людей, которые складываются в паттерны, анализ которых позволяет фиксировать причинно-следственные связи, тенденции, тренды. Медиа социология сосредоточивает большое внимание на том, как повседневное распространение цифровых медиа сопровождается сдвигом в сторону анализа повседневных практик, которые реализуются в опосредованной повседневной медиасреде. Медиа социология поворачивает теорию к анализу рутинных, повседневных действий и непрерывных процессов конструирования реальности, которая существует внутри них и проходит через них. Концептуальным основанием такого поворота может быть теория среды [См.: Andreas Hepp, 2022]. Актуальными являются способы, которыми различные практики сегодняшней социальной реальности переплетаются с технологиями цифровых медиа. Многие практики конститутивно относятся к цифровым медиа и не могут быть исследованы за их пределами.

Особым компонентом цифровых медиа является то, что они превращают медиа-практики (все практики, связанные с медиа) в практики работы с данными (практики производства и обработки цифровых данных). Это связано с тем, что каждый раз, когда используются цифровые носители, остаются так называемые «цифровые следы», которые затем обрабатываются соответствующими программными системами и накапливаются в «цифровые двойники», которые могут выступать виртуальными актёрами социальной жизни. Социолог получает совершенно новый, с точки зрения его информационного наполнения, объект исследований. Открываются широкие возможности для более глубокого понимания общественных процессов, их детерминант и направлений развития.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что медиа социология – это область социологии, которая направлена на изучение технологического опосредования коммуникации в процессе конструирования социального мира. По большому счёту, задача социологии медиа заключается в ответе на вопрос, как технологии, построенные на программных алгоритмах и выступая инфраструктурой повседневной жизни, влияют на решение традиционных социальных проблем: власти, институтов, неравенства, идентичности, гендера, социальных изменений.

Преподавание социологии журналистам

Проведённый выше анализ и фиксация исследовательского пространства медиасоциологии как относительно самостоятельного дисциплинарного направления позволяет нам вернуться к той прагматике, с которой мы начали данный текст, высказать несколько суждений по поводу изменений в преподавании социологии для журналистов, которое строится на этом понимании. Основная позиция, из которой мы исходим, заключается в том, что наша задача по обеспечению социологической подготовки заключается в том, чтобы наполнить профессиональные компетенции будущих журналистов знаниями о функционировании общества и его институтов, активной роли индивида в его преобразовании и развитии, а также вооружить будущего журналиста методами фиксации социальной проблемы и инструментами, направленными на сбор и обработку информации с целью получения релевантной для данной проблемы информации. Социология выступает инструментом профессиональной деятельности журналиста, которая направлена на работу с информацией.

В этом разрезе понимания профессиональной деятельности журналиста и места социологического знания в этом, медиасоциология – это интересная, полезная, но не лучшая дисциплина, поскольку слишком широкое её толкование приводит к теории вопроса о роли медиа (в широком понимании) в обществе, но существенно отдаляет от профессиональной деятельности журналиста, которая была представлена в курсах «Социологии СМИ» или «Социология массовой коммуникации». Замена этих курсов на курс «Медиасоциология» – это скорее эмоциональная реакция на неудовлетворённость содержанием методической литературы традиционных курсов и попыткой пойти по простому пути: сменой названия СМИ на медиа, как более современное, актуальное, но мало чем отличимое одно от другого.

Когда-то основным социологическим курсом для журналистов был курс «Социология журналистики» [См.: Корконосенко, 2004; Свитич, 2010]. В некоторых вузах он продолжает быть таковым [Коломиец, Разин, 2018]. Вероятно, если исходить из тех задач, которые мы зафиксировали, то «социология журналистики», по крайней мере по названию, может претендовать на основной курс (конечно, хотелось бы, чтобы ему предшествовал курс «Общая социология», который в значительной части вузов существует) для социологической подготовки будущих журналистов. Однако это должен быть несколько иной курс, чем тот, который представлен в учебниках Корконосенко С. Г. и Свитич Л. Г. Главный посыл такого курса: социология – инструмент профессиональной деятельности журналиста современного цифрового общества, не только на уровне его понимания, но и практической работы с информацией, её получения, обработки и интерпретации. Такой курс ещё ждёт своей разработки, но мы глубоко убеждены, что социологическое знание – это основа журналистской деятельности как творческой символично-смысловой деятельности с использованием современных технологических посредников, направленной на конструирование реальности, её преобразование и развитие.

Список литературы

- Гостенина В. И.* Социология массовой коммуникации: Учебн. пособие // В. И. Гостенина, А. Г. Киселева. М., 2009.
- Иванов Д. В.* Ворчание «стариков», нытье «молодых» и прогресс социологии / Д. В. Иванов // Социологические исследования. 2022. № 2. С. 3–11.
- Касьянов В. В.* Социология массовой коммуникации: Учебн. пособие // В. В. Касьянов. Ростов н/Д, 2009.
- Коломиец В. П.* Преподавание социологии студентам-журналистам / В. П. Коломиец, П. В. Разин // Электронный журнал «Медиаскоп». 2018. Вып. 1. DOI 10.30547/mediascope.1.2018.5. URL: <http://www.mediascope.ru/2415> (дата обращения: 20.10.2022).
- Корконосенко С. Г.*, Социология журналистики: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 520600 и специальности 021400 «Журналистика» / С. Г. Корконосенко, И. Н. Блохин, С. М. Виноградова ; под ред. С. Г. Корконосенко. М. : Аспект Пресс, 2004.
- Ливингстон С.* О медиатизации всего / С. Н. Ливингстон // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2017. Т. 2, № 2. С. 146–170.
- Науменко Т. В.* Социология массовой коммуникации: Учебн. пособие / Т. В. Науменко. СПб., 2005.
- Полуэктова И. А.* Социология массовых коммуникаций: курс лекций: в 2 ч. / И. А. Полуэктова. М., 2012; 2009.
- Свитич Л. Г.* Социология журналистики (Методология, методы, направления и результаты исследований): Учебн. пособие / Л. Г. Свитич. М., 2010.
- Федотова Л. Н.* Социология массовой коммуникации. 4-е изд. / Л. Н. Федотова. М., 2009.
- Филатова О. Г.* Социология массовой коммуникации: Учебн. пособие / О. Г. Филатова. М., 2006.
- Фомичёва И. Д.* Социология СМИ: Учебное пособие для студентов вузов / И. Д. Фомичёва. 2-е изд. М., 2012.
- Черных А. И.* Социология массовых коммуникаций: Учебн. пособие / А. И. Черных. М., 2008.
- Шарков Ф. И.* Социология массовой коммуникации / Ф. И. Шарков. А. А. Родионов. Учебн. пособие: В 2-х ч. М., 2002.
- Andreas H.* Agency, social relations, and order: Media sociology's shift into the digital // Article in Communications · March 2022. URL: <https://www.researchgate.net/publication/359108928> (дата обращения: 20.10.2022).
- Waisbord S.* Media Sociology // Klaus Bruhn Jensen, Robert T. Craig, Jefferson Pooley, Eric W. Rothenbuhler. The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy. John Wiley & Sons. 2016. URL: https://www.academia.edu/31025213/Media_sociology (дата обращения: 20.10.2022).
- Wenhong C.* Abandoned not: media sociology as a networked transfield // Information, Communication & Society. 2018. Vol. 21, № 5. P. 647–660.



Мамедов Агамали Куламович
МГУ им. М. В. Ломоносова,
Москва, Россия.
akmnauka@yandex.ru

«СМЕРТЬ ТЕКСТА» КАК СОЦИАЛЬНАЯ ДРАМА ПОСТМОДЕРНА

Аннотация. Говоря о «смерти текста» в представленной статье, мы имеем в виду трансформацию той самой общей концепции (коммуникативного намерения), определяющей функциональность современной текстовой деятельности. Ведущими характеристиками информации как единицы коммуникации становится побуждающий потенциал и способность выступать сетевым контентом. Отмечается, что признаки смещения акцентов современной текстовой деятельности в поле прагматической коммуникации, осознанное в научной среде в XX веке, появилось ещё до Интернета. Признаки, характеризующие текст в традиционном понимании: связность, целостность, т. е. способность демонстрировать качества «системы», постепенно утрачивают значение в социальной практике.

Ключевые слова: акторы, текстовая деятельность, постмодернизм, конструирование реальности, дискурс, медиапространство, межкультурная коммуникация, интертекстуальность

Mamedov Agamali K.
Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russia.
akmnauka@yandex.ru

THE DEATH OF A TEXT AS A POSTMODERN SOCIAL DRAMA

Abstract. Speaking about the «death of the text» in the presented article, we mean the transformation of the very general concept (communicative intention) that determines the functionality of modern textual activity. The driving potential and the ability to act as network content become the leading characteristics of information as a unit of communication. It is noted that signs of a shift in the emphasis of modern textual activity in the field of pragmatic communication, realized in the scientific community in the 20th century, appeared even before the Internet. Signs that characterize the text in the traditional sense: coherence, integrity, i.e. the ability to demonstrate the qualities of the «system», are gradually losing their importance in social practice.

Keywords: actors, textual activity, postmodernism, construction of reality, discourse, media space, intercultural communication, intertextuality

Констатация положения, что человек сам в слове конструирует свой мир и себя, с необходимостью подводит нас к вопросу о правилах и границах конструирования реальности. В коммуникативной креации реальность претерпевает различные метаморфозы, она многослойна и дискретна, прошлое и будущее наслаиваются друг на друга, создавая чудные и метафоричные конструкторы. Единого текста, как в историческом дискурсе, нет. Предъявляется многослойность текста, «живущего» в своей системе координат. Порождается множественность истин, текст отходит от реальности, но текст и его фантазии тоже порождены действительностью, а значит они истинны [Мамедов, 2021: 635]. Остаются только слова, они реальнее реальности. Остаются слова, образ, коррелят, ибо текст высказан, опубликован, а реальность есть миг бытия, она мимикрирует. Для постмодернистов суть научной деятельности заключалась в сотворении новых концептов и производстве текстов, то есть ныне на

повестке дня: «Изрекать истину не обязательно; играть не` на публике – вот цель философа. Современная наука не просвещает, а эпатажирует. Игра ума, деконструкция сложившихся представлений даёт философу символический капитал – известность. Последняя чаще достигается профессиональным артистизмом, основанным на навыке интертекстуальности (важнейший козырь постмодернизма). К характеристикам современной текстовой деятельности можно отнести: стремление (даже среди добросовестных учёных) к эпатажу ради достижения известности; стремление к интертекстуальности ради повышения персонального статуса; стремление к комментированию вместо создания собственного оригинального текста» [Соколова, 2009: 63].

Указанные характеристики свидетельствуют о трансформации прежнего способа ретрансляции широкой публике научного знания – привычного способа передачи нейтральных, не окрашенных эмоционально и отчуждённых интеллектуально от персонального авторства конгломератов информации. Такими характеристиками должны были обладать верифицированные примеры научных текстов. То обстоятельство, что современное гуманитарное наукотворчество переходит в поле прагматической коммуникации, где наиболее ценным навыком оказывается способность продемонстрировать личный статус, персональный образовательный уровень, ведя «терминологические игры», признаётся его акторами. Но оно не оказывается одиноко, поскольку в той или иной мере следует более общей модели современной сетевой коммуникации. Эта особенность позволяет определить сетевую коммуникацию как самоподдерживающуюся, единственной преградой для которой может стать лишь цензура – пре- и постмодерация в интересах гипотетического администратора. Указанная особенность сетевой коммуникации становится следствием принципа устройства её модели: «все (говорят) для всех (которые отвечают)». Особенная связь с текстом данной коммуникационной модели реализуется собственным специфическим образом [Бахтин, 2011: 93]. Каждый современный «релизёр» предлагает текст, который развивается и дополняется посредством комментариев, но в значительно большей степени оценивается коммуникативным сообществом. При этом наблюдается снижение требований к уровню текстов при росте уровня конкуренции за внимание сетевых пользователей. Так, междометие, смайл, лайк считаются приемлемым «текстом» в качестве реакции. Если традиционно коммуникации были направлены на преодоление информационного дефицита, то теперь они существуют уже в условиях информационного перепроизводства. Успешность в сетевой коммуникации обеспечивается соответствием критериям привлекательности для её присвоения путём комментария или иного действия (побуждать перейти по ссылке, подписаться на обновления, т. е. добавить информацию в своё медийное пространство). Кроме того, информационный посыл должен обладать качествами триггера немедленной реализации этой причастности (поставить «лайк» или «поделиться», добавиться в друзья, репостить ссылку, например, вставить её в свой блог или «на стену» в личный аккаунт). И социальная, и культурная депривация не только и не столько преодолеваются, сколько воспроизводятся в новой технологической среде, а избирательность интереса становится предметом коммерческого использования. Что же касается описаний современности как среды трансформации атрибуции текста, то в этом вопросе значительно продвинулась политическая коммуникация [Вацлавик, 2000: 290–295].

Впрочем, здесь нас будет интересовать не столько бытие самого текста (поскольку здесь будет невозможно отрешиться от анализа как конкретного текста акторов коммуникации, так и политической реальности), сколько дискурса как среды, его содержащего. Так, автократический дискурс – (примером может служить империя) фокусирует минимальный объём источника дискурса (возможно, один человек), и имеет максимальную общественную значимость. Медиа-дискурс характеризует малая группа выработки мнения большой общественной значимости. Современный же, сетевой дискурс показывает, что лишь при росте объёма вовлечённых участников связано растёт его значимость. А поскольку каждым событием вовлечения участника является реализация его личной причастности, присвоения права на интерпретацию текста возникает естественная полигональность как кризис атрибуции. И этот кризис тем сильнее, чем более значимой является тема. Обсуждение текста всё чаще уступает обсуждению комментариев, интерпретациям. А иерархия этих интерпретаций обеспечивается сетевым статусом актора, а не авторством текста или квалификацией эксперта. Следовательно, резонанс текста всё менее обеспечен содержанием, всё более тем, кем и в каком направлении будет развиваться дискуссия по его поводу. Такая полигональность картины дискурса в сетевых условиях характеризуется разнонаправленностью и сочетаемостью мнений, образующих единое «поле смысла» [Critical Art Ensemble, 2021]. Аналитический подход к изучению формы дискурса характеризуется следующими принципами: дефрагментация элементарных характеристик, рост категориальной квантификации, обобщение разнородных явлений. Если «средняя реактивность» респондентов, участников дискурса по исследуемой теме «выше нормы», это конституирует перемены в общественном мнении, а, возможно и сознании. Существующие классификации текстовых функций сходятся в том, что текст должен запустить некую реакцию у реципиента. Теперь «обходной путь» – развитие интеллектуального, креативного подхода в решении повседневных задач остаётся уделом немногих, массовая тенденция заключается в консолидации мнений. Массовые коммуникации, которые реализуются в настоящем времени сетевым образом, имеют целью не допускать поиски обходного пути. Это легко понять и вполне можно оправдать тем, что коммуникативное пространство пресыщено акторами, а значит чрезмерно конкурентно. Данная характеристика не имеет прямого отношения к перенаселённости нашей планеты или конгломерации в областях с повышенным качеством сетевого доступа (что лишь отчасти, но также затрагивает и проблему цифрового неравенства). Данное явление ещё не получило убедительной характеристики в научном дискурсе [Мамедов, Писарева, 2020: 4–11]. Оно отражает массовидное сетевое явление роста конкуренции и числа источников сообщений (самого присутствия акторов) в секторах наиболее активного роста локализации зон раппорта. Эти зоны – интернет-площадки, набирающие наибольшее число фолловеров контент-лидеров. Всем известны теги их хостингов, но мало кто задумывается, что они, по сути, являются зонами некритичного формирования мнений. В этой связи тексту будущего отведена роль стимула – триггера, т. е. побуждения сложно организованной информации – вернуться к роли сигнала, как это рассматривалось на заре теории коммуникаций. Смерть как трансформация роли, – текст постепенно утрачивает важнейшую, но уже архаичную – репрезентативную функцию представления реальности. Эти изменения в функциональной структуре

текста не позволяют говорить лишь о «апелляционной» или «побуждающей» функции [Выготский, Лурия, 1993: 220]. Поскольку функция побуждения реципиента генерализована в современном коммуникативном пространстве и определяет само право сообщения существовать, уже не просто «апеллирует» к адресату, мы предлагаем рассматривать её как «триггерную». Полярные же проявления современной сетевой коммуникации характеризует два типа реакции:

1) По принципу раппорта.

2) По принципу эпатажа. Оттянуть на себя внимание аудитории релизёра и поднять свой статус (количество комментариев, лайков).

Количественный рост и усиливающее значение паралингвистических способов коммуникации, креолизованность современного текста требует существенного переосмысления его лингвистической функции. В информационную эпоху тотальной медиатизации и цифровизации попытки создать из реальности текст обернулись обратной стороной – текст создаёт реальность, характеристиками коего являются:

1. Недостаточность его как средства репрезентации реальности.

2. Уход в прагматичность.

3. Импликация функций.

Современная трансформация роли и качества текста в общественном сетевом дискурсе была подготовлена историческими процессами первых двух десятилетий прошлого века: перемещением народов, освобождением многих государств от традиционных устоев, научно-техническим прогрессом [Мамедов, 2021: 631]. Эти явления запустили процессы интенсификации межкультурных коммуникаций, приведших ко всему спектру глобализационных процессов, в том числе, к появлению Интернет. Наблюдаемые трансформации в области текстовой деятельности помимо очевидных угроз несут, пожалуй, основания для качественного преобразования общественного сознания и способов организации мышления в человеческом сообществе.

Список литературы

Бахтин М. Проблема материала, содержания и формы в словесном художественном творчестве / М. Бахтин. М., 2011. 132 с.

Вацлавик П. Прагматика человеческих коммуникаций / П. Вацлавик, Д. Бивин, Д. Джексон. М. : ЭКСМО-Пресс, 2000. 320 с.

Выготский Л. С. Этюды по истории поведения: Обезьяна. Примитив. Ребёнок / Л. С. Выготский, А. Р. Лурия. М. : Педагогика-Пресс, 1993. 224 с.

Мамедов А. К. Истина в дискурсе социального знания // Журнал «Миссия конфессий» (межконфессиональная миссия). Этносоциум (М.). 2021. Том 10, № 55. С. 631–636.

Мамедов А. К. Метаморфозы цифрового общества: трудности роста и риски / А. К. Мамедов, Л. К. Писарев // Социология. 2020. № 3. С. 4–17.

Соколова Г. В. Интертекстуальность как аспект активации эффективности и действенности публицистического текста // Вестник Адыгейского государственного университета. 2009. № 3. С. 62–65.

Critical Art Ensemble. The Electronic Disturbance. N.Y., 1994. URL: <http://www.critical-art.net/books/ted/> (дата обращения: 15.02.2021).



Шариков Александр Вячеславович
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
Москва, Россия.
asharikov@hse.ru

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ РОССИИ В ГЛОБАЛЬНОМ
ИНФОРМАЦИОННОМ ОНЛАЙН-ПРОСТРАНСТВЕ:
ДИНАМИЧЕСКИЕ И ТОНАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ 2020–2022 гг.**

Аннотация. Цель представленного исследования¹⁰ – выявить представленность России в глобальном информационном онлайн-пространстве в 2020–2022 гг. Основными методами были частотный анализ и сентимент-анализ журналистских публикаций. В качестве эмпирической базы использовался мониторинговый сервис «FACTIVA», позволяющий анализировать тексты на 26 языках. В рамках данного сервиса автору были доступны св. 23 тыс. сайтов крупнейших мировых СМИ (информационных агентств, газет, журналов, радиостанций, телеканалов, специальных интернет-ресурсов и др.). Особенность анализа состояла в том, что рассмотрение велось именно в глобальном масштабе, а не на уровне отдельных СМИ. Оказалось, что в рамках базы данных «FACTIVA» Россия лидировала по количеству публикаций с её упоминанием среди 204 стран на корпусе текстов, количество которых составило за период наблюдения свыше двухсот миллионов. Зафиксирован заметный рост публикаций с упоминанием России в 2020–2022 гг. В проекте также рассматривались динамические тенденции глобального информационного онлайн-пространства. Подтвердилась тенденция к общему расширению интернета (рост числа пользователей, количества сайтов, общего числа публикаций, количества используемых языков и др.). Обнаружена *недельная цикличность* в появлении новых публикаций – по выходным количество новых публикаций в глобальном интернете заметно уменьшается. Предложена концепция *глобальных медиавсплесков, медиавзрывов и медиаштормов*. Выявлены два типа медиаштормов. Выявлены глобальные тональные тенденции журналистских публикаций. Оказалось, что в базе данных «FACTIVA» совокупно на 9 крупнейших языках, на которых возможен сентимент-анализ, около 98% публикаций являются нейтральными, а негативная тональность немного преобладает над позитивной. Введён параметр «*тональный баланс*». На всём корпусе текстов базы данных «FACTIVA» совокупно на девяти языках, на которых возможен сентимент-анализ, наблюдается небольшое смещение в негатив: в 2020 году общий тональный баланс составил –0,16%, в 2021 году – 0,02%. Обнаружена предрасположенность разных языков к более позитивному или более негативному освещению событий. В 2020 году Россия оказалась мировым лидером среди 204 стран по абсолютному количеству негативно окрашенных публикаций с её упоминанием.

Ключевые слова: Россия, информационное пространство, информационное онлайн-пространство, глобальное информационное онлайн-пространство, глобальный медиавсплеск, глобальный медиавзрыв, глобальный медиашторм, тональность текста, тональный баланс

Sharikov Alexander V.
National Research University
«Higher School of Economics»,
Moscow, Russia.
asharikov@hse.ru

¹⁰ В статье содержатся результаты работы, выполненной на факультете коммуникаций, медиа и дизайна НИУ «Высшая школа экономики» в 2021-2022 гг. в рамках научно-исследовательского проекта «Трансформация картины мира в глобальном информационном онлайн-пространстве под влиянием эпидемии COVID-19».

REPRESENTATION OF RUSSIA IN THE GLOBAL ONLINE INFORMATION SPACE: DYNAMIC AND TONAL TRENDS OF 2020–2022

Abstract. The purpose of the presented research is to identify the representation of Russia in the global online information space in 2020–2022. The main methods were frequency analysis and sentiment analysis of journalistic publications. As an empirical base, the monitoring service FACTIVA was used, which allows analyzing texts in 26 languages. Within the framework of this service, the author had access to over 23 thousand sites of the world's largest media (news agencies, newspapers, magazines, radio stations, TV channels, special Internet resources, et al.). The specifics of the analysis consisted in the fact that the review was conducted on a global scale, and not at the level of individual media. It turned out that in frame of the FACTIVA database, *Russia was the leader in the number of publications with its mention among 204 countries on the corpus of texts, the number of which amounted to over two hundred million during the observation period.* There was a percentage increase in publications mentioning Russia in 2020–2022. The project also considered the dynamic trends of the global online information space. The trend towards the general expansion of the Internet has been confirmed (an increase in the number of users, the number of sites, the total number of publications, the number of languages used, etc.). *A weekly cycle in the appearance of new publications has been found – on weekends, the number of new publications on the global Internet is noticeably decreasing. The concept of global media splash, media explosions and media storms is proposed.* Two types of media storms have been identified. Global tonal trends of journalistic publications are revealed. It turned out that in the FACTIVA database, collectively in 9 main languages in which sentiment analysis is possible, about 98% of publications are neutral, and the negative tone slightly prevails over the positive one. The parameter «tonality balance» is introduced, equal to the difference in the percentage of positively and negatively colored texts within a certain set of texts. On the entire corpus of texts of the FACTIVA database, collectively in nine languages in which sentiment analysis is possible, there is a slight shift to the negative: in 2020 the total tonality balance was -0.16% , in 2021 -0.02% . The predisposition of different languages to more positive or more negative coverage of events was found. In 2020, Russia turned out to be the world leader in the number of negatively colored publications with its mention. In 2020, Russia turned out to be the world leader in the absolute number of negatively colored publications with its mention among 204 countries.

Keywords: Russia, information space, online information space, global online information space, global media splash, global media explosion, global media storm, text tonality, tonal balance

Информация. В самом общем смысле информация – это универсальное понятие, используемое во всех областях науки и повседневной жизни. В данном контексте мы придерживаемся журналистской интерпретации данного понятия. Речь идёт об актуальной социальной информации, доступной широкой общественности и регулярно распространяемой через средства массовой коммуникации.

Информационное пространство. Термин «информационное пространство» в социальном измерении возник на рубеже 1960-х и 1970-х годов и отражает формировавшиеся тогда тенденции, с одной стороны, изучения взаимодействия человека с окружающей его информацией в различных аспектах, а с другой стороны, трансграничного распространения массовой информации с помощью международного радио и спутникового телевидения, а также первых экспериментов связи через компьютерную сеть между странами. В статье речь идёт об условном пространстве актуальной социальной информации в журналистском понимании в заданных границах.

Информационное онлайн-пространство. Слово «онлайн» часто используется как синоним слова «Интернет», и потому в настоящем контексте речь идёт об информационном пространстве в интернете в определённых границах, например, в пределах какой-либо страны. В то же время «онлайн» является антонимом слова «офлайн». «Офлайн» затрагивает множество форм социальной информации, включая распространение через традиционные средства массовой информации, такие как печать, радио, телевидение, а также прямые непосредственные формы

межличностного, личностно-группового и межгруппового общения без использования технических средств. В то же время все ключевые традиционные СМИ имеют собственные онлайн-версии, и многие из них размещают тексты информационных материалов на своих сайтах, что открывает широкие возможности для их анализа с использованием инструментов компьютерной лингвистики.

Глобальное информационное онлайн-пространство и модель ГЛОПЭСТИОН. Слово «глобальный» здесь указывает на чрезвычайно широкое видение информационного онлайн-пространства. Однако при предельном географическом охвате мы вводим ряд ограничений семиотического характера. Во-первых, рассматриваемая здесь зона интернета должна содержать, исключительно текстовое наполнение. Во-вторых, тематика текстов должна быть ограничена политикой, экономикой и обществом (журналистский аспект). В-третьих, текстовые материалы должны быть новостной либо аналитической направленности. Развлекательные, равно как академические, искусствоведческие и литературные тексты не рассматриваются. Условимся называть эту зону интернета «глобальным политическим, экономическим и социальным текстовым информационным онлайн-пространством», сокращённо ГЛОПЭСТИОН-пространством или просто ГЛОПЭСТИОН. Однако в данном контексте наряду с предлагаемым расширенным названием и его аббревиатурой, будет использована более краткая формулировка «глобальное информационное онлайн-пространство».

Эмпирическая база и методический инструментарий исследования

Для изучения представленности определённых стран в сегменте ГЛОПЭСТИОН мы использовали мониторинговый сервис «FACTIVA», принадлежащий компании «Dow Jones». Некоторые результаты анализа на этой основе, касающиеся России, были представлены нами в ряде академических публикаций [Быстрицкий, Шариков, 2021; Шариков, 2021; Шариков, 2022]. «FACTIVA» предоставила доступ к расширенной базе данных источников, которая включала в себя более 23 тысяч крупнейших мировых интернет-ресурсов (крупнейшие информационные агентства, сайты национальных и региональных газет, ведущих радиостанций и телеканалов, специализированные порталы и др.). Имелась возможность анализировать информацию в 2020 году на 25 языках, в 2021 году на 26 языках, которые, по оценкам ряда аналитических центров, совокупно репрезентировали более 90% контента интернета по языковому основанию.

Инструменты сервиса «FACTIVA» позволяют вести частотный анализ, единицей которого является отдельный текст, где упоминается какая-либо значимая категория. Категории, которые хорошо разработаны в системе «FACTIVA», включают, в частности:

- географические объекты: части света, группы стран (например, СНГ), отдельные страны, регионы внутри стран и т. д.;
- организации – международные, национальные; государственные, частные и т. д.;
- темы в классификации, установленной самой системой «FACTIVA»;
- отрасли экономики.

Анализ может быть проведён как для каждого из языков, так и для нескольких языков одновременно, сгруппированных в любом порядке. Анализ также можно ввести

за произвольный период времени, установив его нижнюю и верхнюю границы. Минимальный временной интервал анализа – сутки. Общее количество доступных текстов, обработанных сервисом «FACTIVA» в 2020 году на 25 языках, составило свыше 100 миллионов, а в 2021 году на 26 языках – свыше 106 миллионов.

На девяти широко распространённых языках (английском, испанском, итальянском, китайском, немецком, португальском, русском, французском, японском), которые охватывают более 80% контента интернета, «FACTIVA» может проводить сентимент-анализ, определяя тональность текстов. Выявление отдельного типа тональности (положительной или отрицательной) проводится отдельно на каждом языке.

Помимо параметров, непосредственно вычисляемых сервисом «FACTIVA», мы ввели вспомогательные индикаторы, которые позволили расширить возможности тонального анализа. В частности, был введён параметр «количество нейтральных материалов», который определяется следующим образом: на заданном корпусе материалов из общего количества текстов вычиталось количество текстов как положительной, так и отрицательной тональности. Для удобства сравнения использовались проценты по отношению к общему количеству текстов. Был также введён параметр «тональный баланс», определяемый как разность между процентом положительных и процентом отрицательных материалов в некотором корпусе текстов. Если тональный баланс имеет положительное значение, то количество положительно окрашенных текстов превышает количество отрицательно окрашенных. Напротив, отрицательное значение тонального баланса означает, что негативно окрашенных текстов больше.

В исследовании ставились три основных исследовательских вопроса:

- Как в ГЛОПЭСТИОН-пространстве представлены различные страны?
- Каковы динамические закономерности бытования глобального информационного онлайн-пространства?
- Каковы тональные тенденции, наблюдаемые в глобальном информационном онлайн-пространстве?

Глобальное информационное онлайн-пространство: общие характеристики

По состоянию на 15 октября 2022 года, проникновение интернета на глобальном уровне (количество людей на Земле, имеющих возможность пользования) оценивалось в 5,47 млрд, а общее количество веб-сайтов составило 1,99 млрд [Internet... 2022]. Число языков, используемых в веб-зоне, в июне 2022 года составило около 180 [Usage... 2022]. Интернет имеет сложную структуру. Семантический контент расположен в основном в веб-зоне, одной из подсистем интернета. С точки зрения пользователя, структурирование потребления информации происходит не столько по географическим и административным границам, сколько по используемым языкам.

ГЛОПЭСТИОН-пространство структурировано по многим признакам. Мы ограничимся рассмотрением двух оснований структурирования: во-первых, языка публикаций и, во-вторых, географического распределения по странам. На рисунке 1 показано распределение контента (количество онлайн-ресурсов) по языковому основанию по состоянию на 1 января 2021 года в соответствии с данными ресурса «W³Techs», специализирующегося на сборе и анализе данных глобального интернета [Historical... 2022].

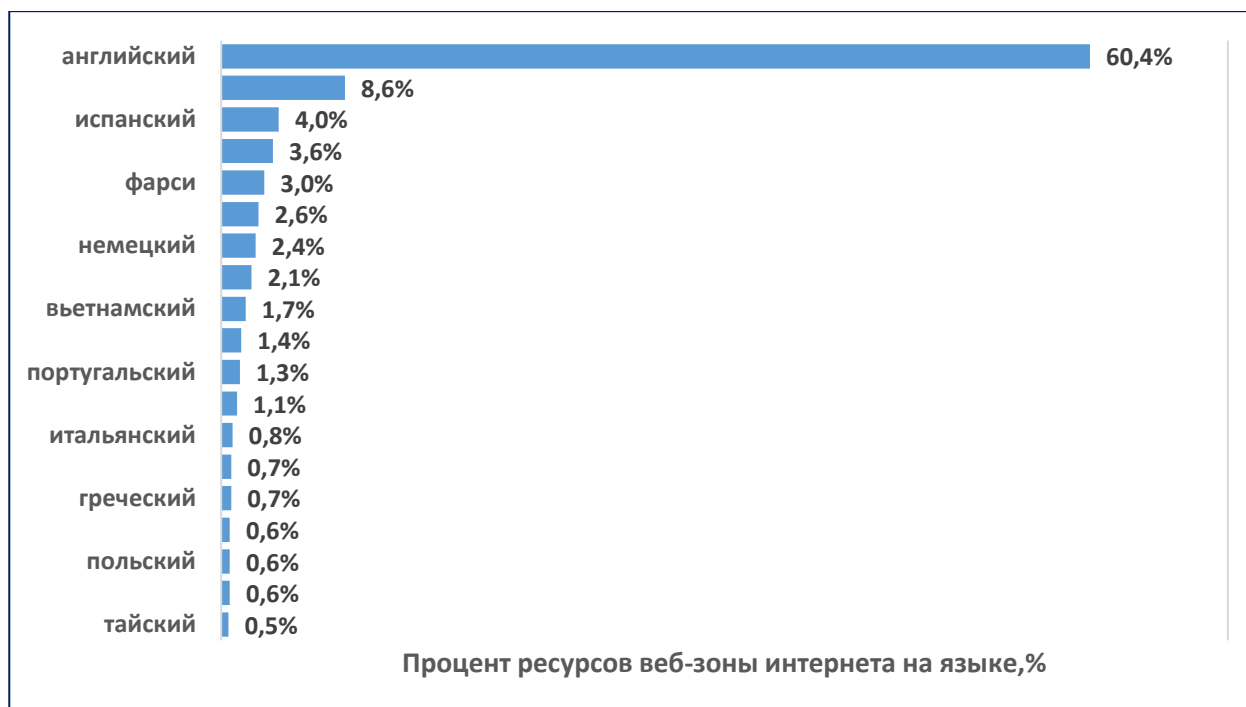


Рис. 1. Языки, наиболее широко используемые в интернете (по состоянию на 1 января 2021 года). Источник: «W³Techs»

Из рисунка 1 видно, что доминирующим языком в интернете на тот момент был английский (60,4% ресурсов). Русский язык оказался на втором месте (8,6%), испанский – на третьем (4,0%). Четвёртое место занимал турецкий язык (3,6%), пятое – фарси (3,0%). Четыре языка стран «Большой семёрки» (G7) – итальянский, немецкий, французский и японский – оказались на более низких позициях. Таким образом, мы фиксируем усиление распространения азиатских языков в интернете и, соответственно, уменьшение в нём доли языков ряда западных стран. Русский язык оказался одним из ключевых, хотя в непосредственном повседневном общении, согласно статистическим данным, он занимает лишь восьмое место в мире, уступая таким языкам, как китайский, испанский, английский, хинди, арабский, бенгальский и португальский [Писанко, 2019].

Место Российской Федерации в глобальном информационном онлайн-пространстве

Какое место занимает Россия в глобальном информационном онлайн-пространстве? Обратимся к рисунку 2, на котором отображено количество материалов с упоминанием 20 стран в базе данных «FACTIVA» в 2021 году совокупно на 26 языках в процентном выражении от общего количества всех публикаций, имеющейся в базе данных.

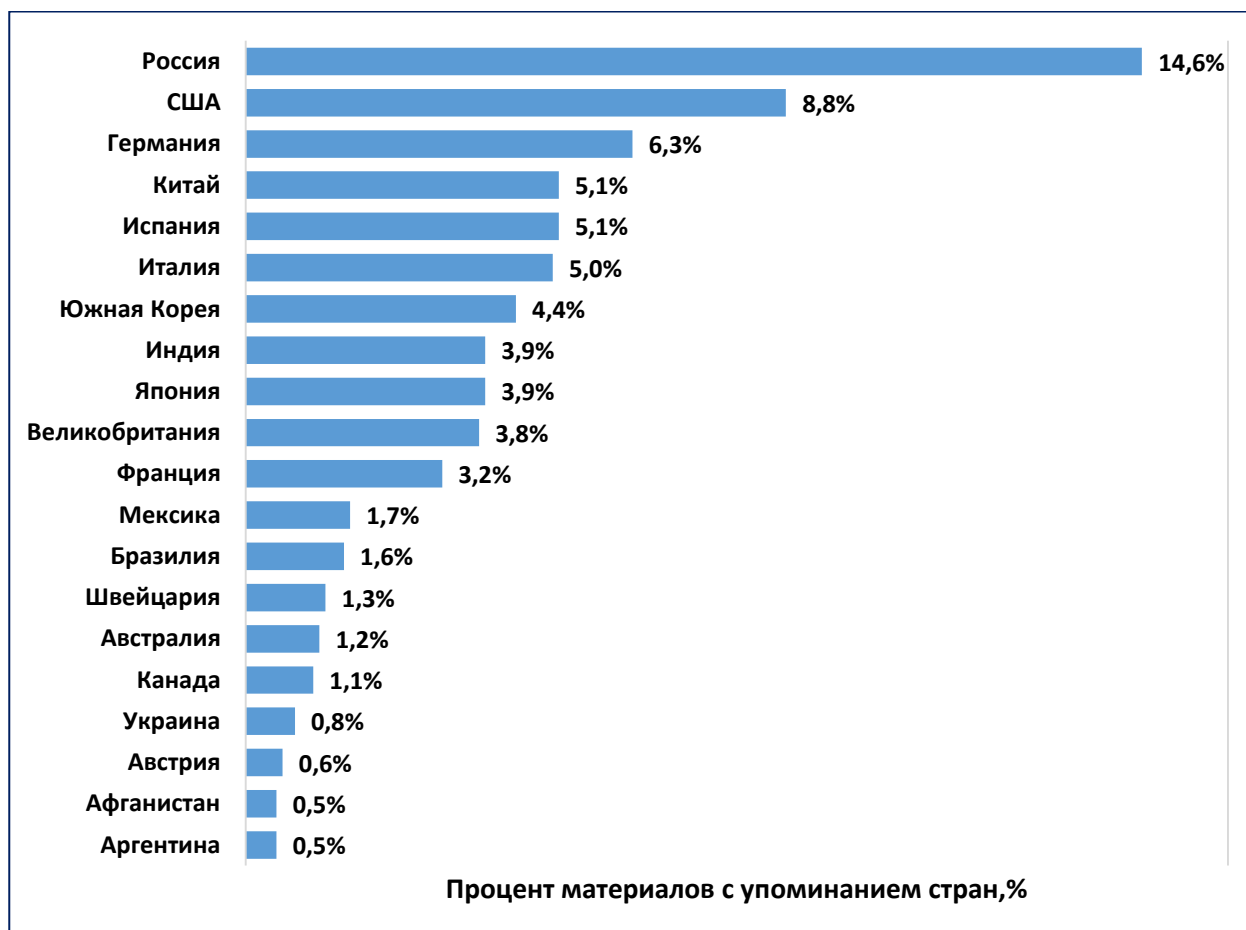


Рис. 2. Процент материалов с упоминанием стран в базе данных «FASTIVA» в 2021 году совокупно на 26 языках. Приведены 20 наиболее часто встречающихся стран

Оказалось, что лидером упоминаемости в 2021 году была Россия (14,6%). На втором месте расположились Соединённые Штаты Америки (8,8%), на третьем – Германия (6,3%). На рисунке 2 находим ещё 12 стран, которые входят в «Большую двадцатку» крупнейших экономик мира (G20). Это (в алфавитном порядке): Австралия, Аргентина, Бразилия, Великобритания, Индия, Италия, Канада, Китай, Мексика, Франция, Южная Корея и Япония. Кроме членов G20 в данном ряду находим также Австрию, Афганистан, Испанию, Украину и Швейцарию.

Расположение России на высшей позиции объясняется её включённостью во многие процессы политического, экономического и социального характера, что отражается в большом количестве материалов на всех языках, используемых сервисом «FASTIVA» в СМИ практически всех стран мира.

Для интерпретации данных, представленных на рисунке 2, воспользуемся теорией установления повестки дня, предложенной М. Маккомбсом и Д. Шоу [McCombs, Show, 1972; Guo, Hong Tien Vu & McCombs, 2012]. Количество материалов с упоминанием некоторого объекта отражает его значимость в прессе. Следовательно, самой значимой страной для прессы в глобальном масштабе в 2021 году стала Россия, а второй по значимости страной стали Соединённые Штаты Америки.

В 2022 году процентное количество публикаций с упоминанием России выросло ещё больше, что связано с началом специальной военной операции (СВО), проводившейся Российской Федерацией на Украине. Так, за период с февраля по май

2022 года процент публикаций с упоминанием России в системе «FACTIVA» составил 19,2%. При этом процент материалов с упоминанием США, напротив, уменьшился до 8,6%.

Динамические характеристики

Динамические характеристики здесь рассматриваются в двух аспектах – долговременном (сравнение параметров на годовых интервалах) и кратковременном (сравнение параметров на интервалах, измеряемых сутками, неделями, месяцами). Начнём с долговременных тенденций. Первая из них связана с объективным процессом общего расширения глобального интернета, что проявляется через рост аудитории, числа онлайн-источников, количества используемых языков и, как следствие, совокупного количества публикаций. Вторая тенденция связана с выявлением того, какие страны чаще всего упоминались в глобальном информационном онлайн-пространстве на протяжении последних лет.

В краткосрочном аспекте рассматривались два вида медиадинамических явлений. Первый из них связан с обнаруженной нами недельной цикличностью появления новых публикаций в интернете, которую иллюстрирует рисунок 3.

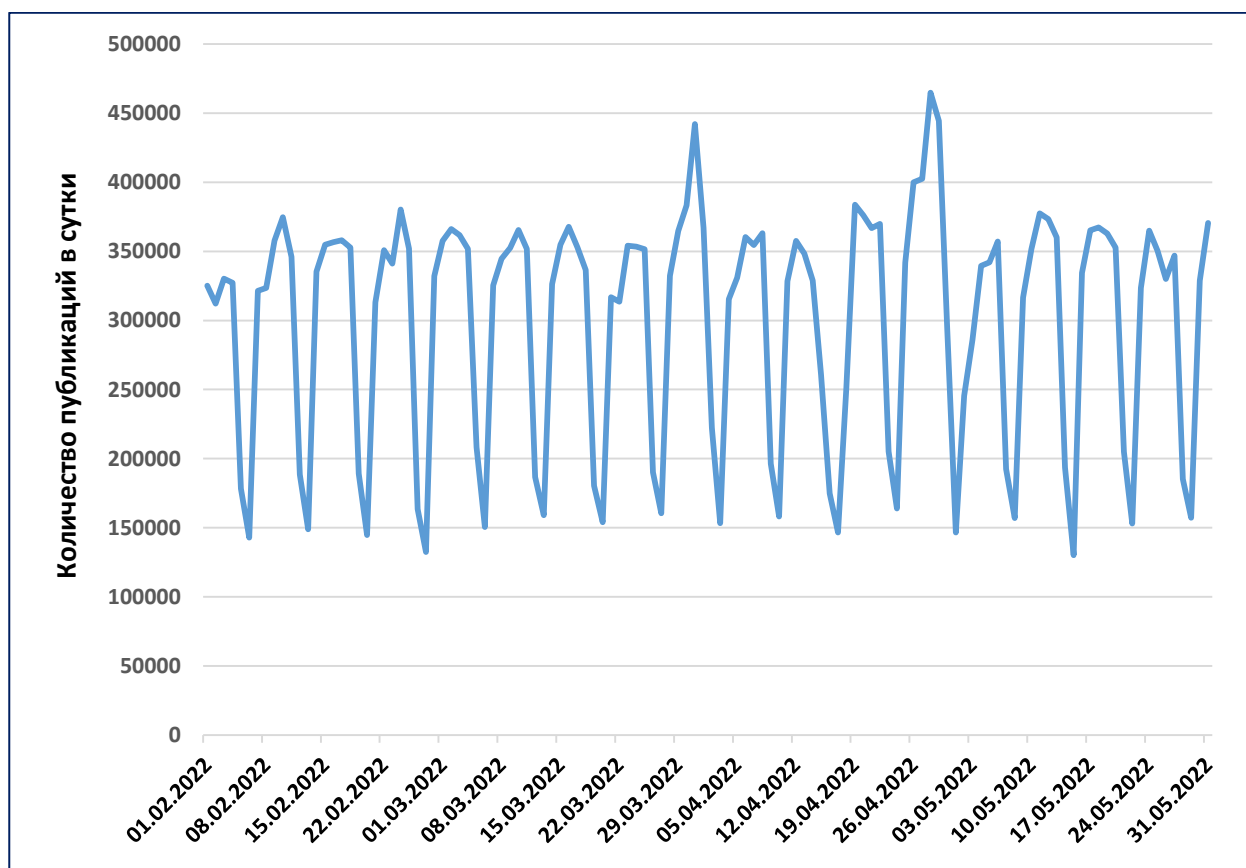


Рис. 3. Динамика ежедневного количества новых публикаций в интернете на ресурсной базе «FACTIVA» с 1 февраля по 31 мая 2022 года. Источник: «FACTIVA»

График на рисунке 3 показывает пределы количества новых публикаций в день на всех 26 используемых языках, вместе взятых в базе данных «FACTIVA» за период

с 1 февраля по 31 мая 2022 года – от 130177 (15 мая) до 464761 (28 апреля). Минимумы приходятся на воскресенья и праздники, отмечаемые в глобальном масштабе. Максимумы случаются в будние дни, но есть несколько причин для их появления. Одна из них – публикация в СМИ большого количества отчётов организаций и официальной статистики, которые обычно предоставляются в конце месяца, квартала, полугодия, года.

Второй вид медиадинамических тенденций связан с понятиями медиавсплеска, медиавзрыва и медиашторма. В нашем исследовании были разработаны *концепции глобального медиавсплеска, глобального медиавзрыва и глобального медиашторма*, поскольку ранее эти понятия рассматривались на уровне лишь отдельных СМИ или сравнительно небольших групп СМИ [Boydston, Hardy and Walgrave, 2014; Hollanders, Vligenthart, 2008; Lowrence, 1996; Wien, Elmelund-Praesteker, 2009].

Под медиавсплеском обычно понимают одномоментный рост количества публикаций с упоминанием некоторого объекта либо по какой-то теме, который быстро угасает, обычно в течение двух-трёх дней. Сильный медиавсплеск называют медиавзрывом – это резкое увеличение количества материалов в течение одного-двух-трёх дней. Медиавзрыв провоцирует более долгое обсуждение в СМИ объекта или темы, что может наблюдаться неделями или даже месяцами. Совокупность взрывного роста публикаций с упоминанием некоторых объектов/тем и сравнительно долгого их обсуждения в прессе условимся называть медиаштормом – это развёрнутое во времени явление. Мы рассматриваем глобальный масштаб, и потому говорим, соответственно, о глобальных медиавсплесках, глобальных медиавзрывах и глобальных медиаштормах. Важно подчеркнуть, что медиавсплески наблюдаются довольно часто. Реже наблюдаются медиавзрывы, на которых и было сосредоточено наше внимание. Причины медиавзрывов – сенсационные события и следующие за ними процессы, разворачивающиеся во времени. В основном это разного рода конфликты (военные, политические, социальные), катастрофы (природные либо техногенные), кризисы (экономические, политические), а также события криминального характера (убийства лидеров, покушения на них, террористические акты, коррупционные скандалы и т. п.).

Рассмотрим данные понятия на примере материалов, появившихся в глобальном информационном онлайн-пространстве в феврале-мае 2022 года, когда началась специальная военная операция РФ на Украине (см. рис.4).

Мировая пресса заговорила о возможном начале военного конфликта между Россией и Украиной ещё в конце 2021 года. Ожидания, публикуемые в СМИ, способствовали увеличению числа материалов с упоминанием Украины и России в сравнении с предыдущими месяцами. С 1 по 20 февраля 2022 года среднесуточное число публикаций с упоминанием России совокупно на 26 языках в базе данных «ФАСТИВА» составляло 49848, Украины – 8447, Донбасса – 836¹¹. Когда Россия признала независимость Донецкой Народной Республики (ДНР) и Луганской Народной Республики (ЛНР) 21 февраля, произошло увеличение количества публикаций с упоминанием России, Украины и Донбасса в глобальном информационном онлайн-пространстве. Чтобы корректно квалифицировать данное увеличение (был ли это медиавсплеск или медиавзрыв), необходимо, на наш взгляд,

¹¹ «ФАСТИВА» не выделяла отдельно Луганскую и Донецкую области в составе Украины, обозначая эти две территории одним словом «Донбасс» на всех языках.

учитывать цикличность появления новых материалов, проводя количественное сравнение для одинаковых дней недели. Тогда понедельник, 21 февраля надо сравнивать с понедельником, 14 февраля. Оказалось, что количество публикаций с упоминанием России в мировом масштабе за неделю выросло на 3,8%. Прирост количества публикаций с упоминанием Украины составил 38,0%, с упоминанием Донбасса – 1250,6% (т. е. в 13,5 раза). Эмпирически в рабочем порядке был установлен критерий медиавзрыва. Было решено (с большой долей условности), что медиавзрыв публикаций с упоминанием некоторого объекта/темы начинается с прироста в 15% по сравнению с аналогичным днём недель ранее. Следовательно, 21 февраля для России это был медиавсплеск, но не медиавзрыв, а для Украины и особенно для Донбасса – медиавзрыв.

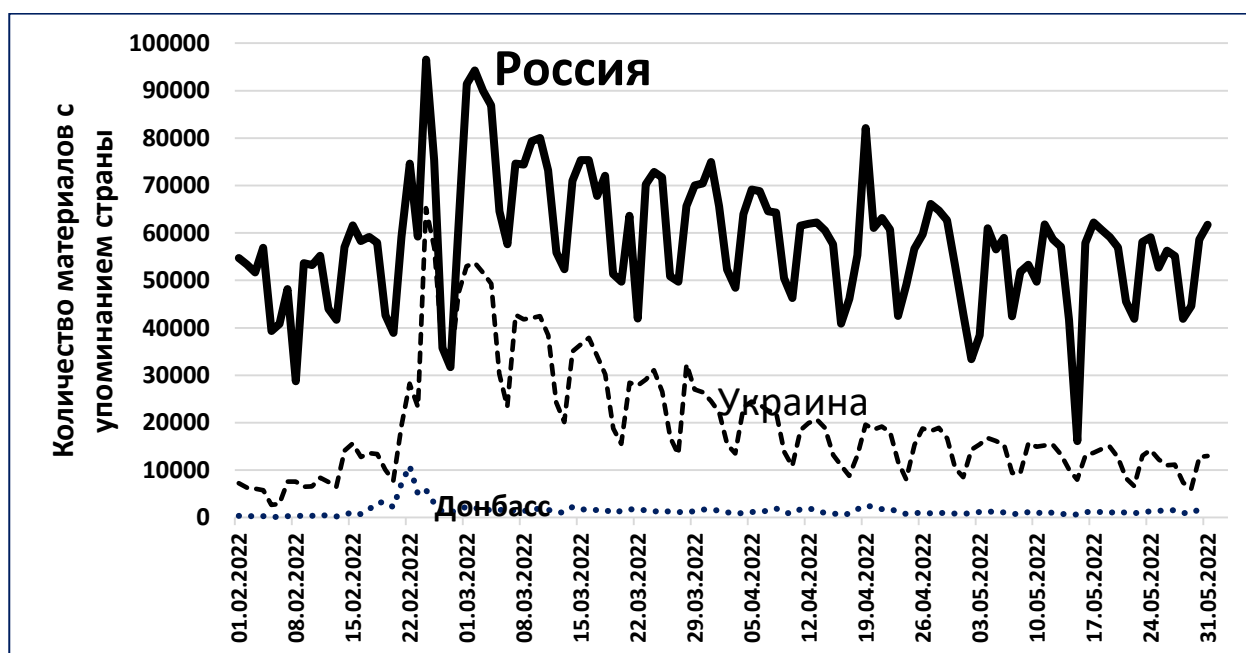


Рис. 4. Динамика ежедневного количества новых публикаций с упоминанием России, Украины и Донбасса в ресурсной базе «ФАСТИВА» с 1 февраля по 31 мая 2022 года

На следующий день, во вторник, 22 февраля, прирост количества публикаций с упоминанием России по сравнению со вторником 15 февраля составил 21,1%, с упоминанием Украины – 81,0%, с упоминанием Донбасса – 836,9%. Следовательно, для всех трёх стран наблюдался медиавзрыв.

Два дня спустя, 24 февраля 2022 года началась военная операция РФ на Украине, что вызвало новые взрывные динамические процессы. В четверг, 24 февраля по сравнению с четвергом, 17 февраля количество публикаций с упоминанием России в мировом масштабе выросло на 63,1% (в 1,6 раза), с упоминанием Украины – на 380,9% (в 4,8 раза), с упоминанием Донбасса – на 283,1% (в 3,4 раза). Следовательно, мы вновь имеем дело с тремя медиавзрывами. Обратим внимание ещё на одну деталь. Максимальное значение количества публикаций для трёх стран приходится не на одну и ту же дату. Точнее, на одну и ту же дату – 24 февраля 2022 года – приходятся максимумы количества публикаций с упоминанием России (96542) и Украины (65235). Максимум материалов с упоминанием Донбасса пришёлся на 22 февраля (10906), а 24

февраля это количество уменьшилось почти вдвое – до 5805. Донбасс, обстреливаемый Вооружёнными силами Украины (ВСУ), мало интересовал мировую прессу, которая оставалась безразличной к гибели мирного населения, разрушениям гражданской инфраструктуры украинскими военными и другим преступлениям киевского режима с 2014 года. Западные СМИ в основной своей массе не связывали начало СВО с Донбассом, а трактовали происходящее как агрессию России против Украины. Про Донбасс же писали, за редким исключением, русскоязычные СМИ из России и других стран бывшего СССР.

Медиашторм, связанный с упоминанием Донбасса, окончился довольно скоро – через неделю после пика. Медиаштормы, связанные с упоминанием России и Украины, продолжались на протяжении трёх месяцев. Однако к концу мая и они вернулись к значениям, наблюдавшимся до 21 февраля. В базе данных мониторинговой системы «ФАСТИВА» в воскресенье, 20 февраля насчитывалось 38915 публикаций с упоминанием России и 7791 публикаций с упоминанием Украины. 15 мая число публикаций с упоминанием России составило 16148, а с упоминанием Украины – 7997.

В исследовании было также обнаружено, что медиаштормы не всегда начинаются медиавзрывами. Если применить критерий 15-процентного прироста к интервалу длительностью в месяц, то довольно заметное нарастание количества публикаций, трактуемое как медиашторм, может происходить без взрывных проявлений. В таком случае мы не увидим сильных изменений в пределах одного-двух дней, но на месячном отрезке этот эффект может проявиться довольно отчётливо. Такую ситуацию иллюстрируют рисунок 5, на котором представлена динамика количества новых публикаций об эпидемии COVID–19 на русском языке с упоминанием России. Рассмотрим его.

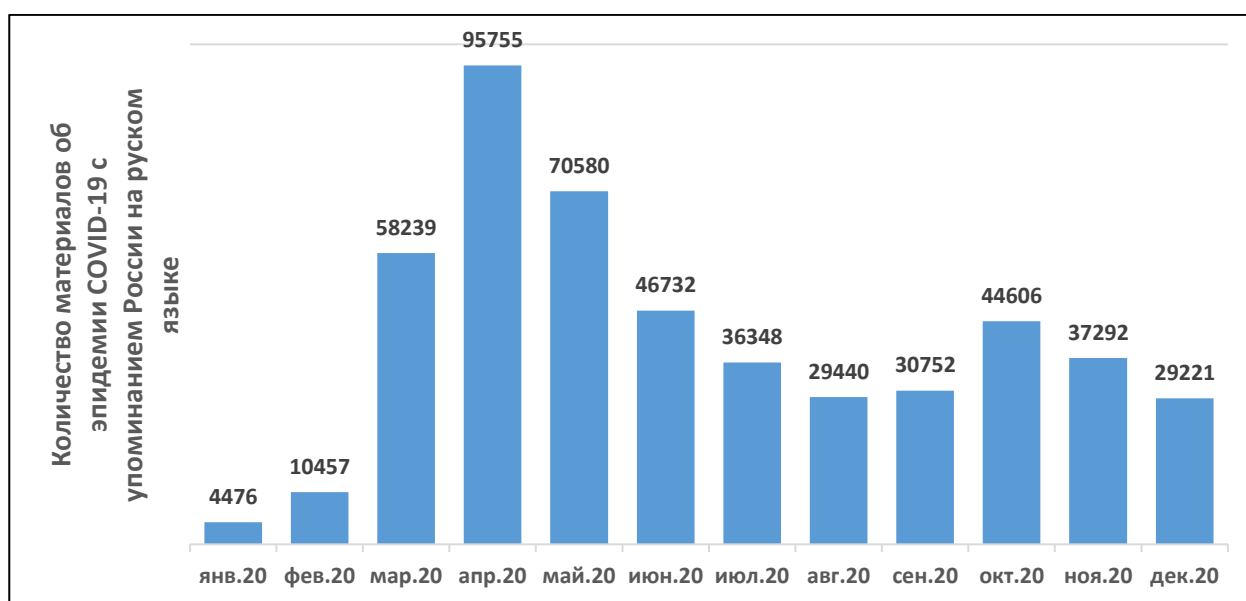


Рис. 5. Динамика количества новых публикаций об эпидемии COVID–19 с упоминанием России на русском языке в базе данных «ФАСТИВА» по месяцам в 2020 году

Следует вспомнить, что первые публикации об эпидемии нового вида коронавируса были зафиксированы в Китае в декабре 2019 года. Затем болезнь стала быстро распространяться по всему миру и вскоре обрела планетарный характер. В

феврале 2020 года Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) дала официальное название новому коронавирусу – его стали обозначать SARS-CoV-2. В марте 2020 года ВОЗ признала болезнь, вызываемую этим коронавирусом пандемией, назвав её «COVID–19» – сокращение от выражения «COronaVIrus Disease 2019» [Ducharme, 2020].

На территории России первые случаи заболевания были зафиксированы в конце января 2020 года, которые были связаны с прибывшими гражданами Китайской Народной Республики. В марте уже были случаи заболевших ковидом среди россиян. В конце марта скорость распространения болезни приняла угрожающий характер, и потому в ряде регионов страны были приняты срочные меры [Путин... 2020]. С 28 марта были объявлены нерабочие дни – режим, продлившийся до 12 мая 2020 года [Якушова, 2020].

Из рисунка 5 отчётливо видно, что с января по апрель 2020 года включительно шло нарастание количества публикаций на русском языке об эпидемии COVID–19 с упоминанием России. Прирост в феврале по сравнению с предыдущим месяцем составил 134% (с 4476 до 10457), т. е. увеличение примерно в 2,3 раза, в марте по сравнению с февралём – 457% (с 10257 до 58239 или в 5,6 раза), в апреле по сравнению с мартом – 64% (с 58239 до 95755 или в 1,6 раза). В мае началось снижение количества новых публикаций. Новый медиашторм наблюдался в октябре 2020 года – месячный прирост составил 45% (30752 до 44606 или в 1,5 раза), что было связано со второй волной эпидемии. Однако ни в феврале, ни в марте, ни в апреле, ни в октябре не было медиавзрыва с большим генерированием публикаций в ежедневном режиме.

Как происходило увеличение? Поскольку, начиная с конца января 2020 года с каждым днём появлялись новые и новые свидетельства распространения болезни, всё чаще журналисты обращали внимание на разнообразные аспекты разворачивавшегося процесса. Число заболевших – как снизить его? Есть ли лекарства от ковида? А в каком состоянии находится российская система здравоохранения? Как эпидемия распространяется в разных регионах? А как в крупных и малых городах, в сельской местности? Как выглядит распространение эпидемии в России в сравнении с другими странами? Как в режиме изоляции организовать обучение школьников и студентов? Как эпидемия влияет на экономику страны? Вопросы... вопросы... Отсюда и высокий процент публикаций, так или иначе затрагивающий тему ковида. Таким представляется механизм, который объясняет, почему не было медиавзрыва, а было постепенное, ежедневное нарастание количества материалов с упоминанием эпидемии.

Тональные характеристики

Обратимся теперь к характеристикам тональности публикаций. По канонам профессиональной журналистики, в целом освещение событий должно быть сбалансированным, и если сообщается о чём-то плохом, негативном, то эти материалы должны быть компенсированы чем-то хорошим, позитивным. При этом должны преобладать нейтральные сообщения. Как было отмечено выше, «FACTIVA» позволяет идентифицировать тональность сообщений на девяти языках. Специальный анализ показал, что в целом в такой девятиязычной зоне абсолютно доминируют нейтральные информационные материалы. В 2020 году их было 98,39%. В то же время 0,73% материалов имели положительную направленность, а 0,89% – отрицательную.

Если мы вычтем процент отрицательных материалов из процента положительных материалов, то получим величину, которую мы назвали «тональный баланс». В целом, в 2020 году тональный баланс оказался отрицательным и равным -0,16% по всему массиву материалов на 9 языках, которые использует «FACTIVA». Следовательно, общая тональность выделенного девятиязычного сегмента ГЛОПЭСТИОН-пространства в 2020 году была немного смещена в отрицательную сторону – негативные сообщения публиковались немного чаще, чем позитивные. В 2021 году тональный баланс сместился ближе к нулю, составив -0,02%.

Одна из обнаруженных тенденций – разница в тональном балансе в различных языковых сегментах. На рисунке 6 показан средний тональный баланс в 2020 году для девяти языковых зон в корпусе всех публикаций на каждом языке в базе данных «FACTIVA».

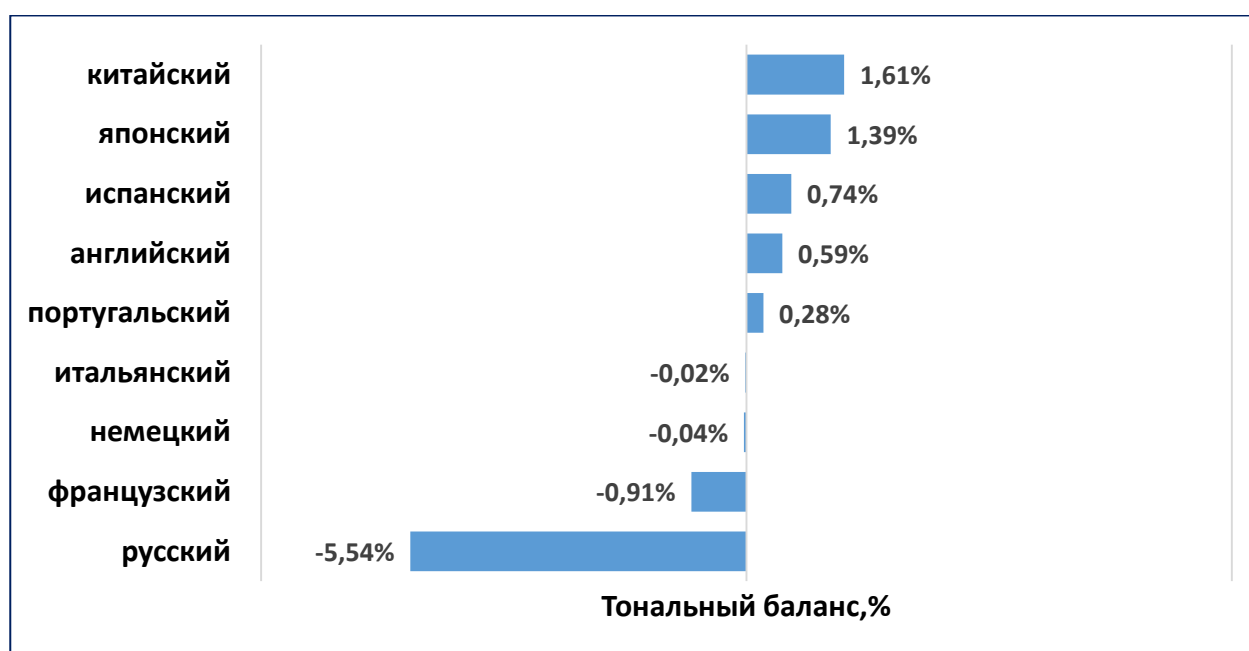


Рис. 6. Средний значение тонального баланса в 2020 году в 9 языковых зонах глобального информационного онлайн-пространства. Расчёт основан на данных сервиса «FACTIVA»

Из рисунка видно, что наиболее сбалансированными были сегменты итальянского и немецкого языков, для которых тональный баланс в 2020 году равнялся -0,02% и -0,04% соответственно. Китайский язык оказался наиболее сильно сдвинутым в положительную сторону. Его тональный баланс был равен +1,61%. Кроме того, положительный тональный баланс был обнаружен в зонах японского (+1,39%), испанского (+0,74%), английского (+0,59%) и португальского (+0,28%) языков. Отрицательный тональный баланс был обнаружен в двух языковых зонах. Сильнее всего в минус сместился русскоязычный сегмент (-5,54%). Кроме того, отрицательное смещение обнаружила зона французского языка (-0,91%). Вероятно, эта тенденция отражает специфические социокультурные особенности и журналистские традиции соответствующих стран. И эта тенденция не может не повлиять на тональный контекст, в котором упоминаются определённые страны в каждой языковой зоне.

Какие страны чаще упоминались в позитивном и негативном контексте в глобальном информационном онлайн-пространстве в 2020 году? Ответ на этот вопрос возможен в двух аспектах: в абсолютных цифрах и в относительном выражении. Таблицы 1 и 2 содержат ранжированные списки стран, с одной стороны, в абсолютном выражении (таблица 1), с другой стороны, в долевых процентных значениях (таблица 2).

Таблица 1. 10 стран, наиболее часто упоминаемых в позитивном и негативном ключе в 2020 году в базе данных «FACTIVA» совокупно на 9 ведущих языках мира (в абсолютном выражении)

		Количество публикаций с упоминанием страны в позитивной тональности			Количество публикаций с упоминанием страны в негативной тональности
1	Китай	122672	1	Россия	593917
2	США	108277	2	Украина	73771
3	Япония	76383	3	США	72535
4	Испания	49251	4	Китай	59006
5	Россия	35815	5	Германия	36381
6	Германия	27748	6	Франция	27443
7	Индия	25016	7	Италия	25767
8	Италия	20470	8	Армения	19404
9	Великобритания	19453	9	Азербайджан	19091
10	Бразилия	12426	10	Казахстан	17595

Таблица 1 показывает, что в список из 10 стран с наибольшим количеством публикаций с упоминанием в положительной тональности на 9 языках вместе взятых входят 9 стран из G20, а именно: Бразилия, Великобритания, Германия, Индия, Италия, Китай, Россия, США и Япония. Это крупнейшие экономики мира. В дополнение к ним в этом списке мы находим Испанию. Из той же таблицы видно, что в список из 10 стран с наибольшим количеством негативно окрашенных публикаций с упоминанием на 9 языках вместе взятых входят 6 стран из G20 (Германия, Италия, Китай, Россия, США и Франция), 5 из которых попали в первый список и к которым добавилась Франция. Помимо них, в этом списке мы находим ряд стран, расположенных на территории бывшего СССР (Армения, Азербайджан, Казахстан и Украина).

Мы видим, что 5 стран – Германия, Италия, Китай, Россия и США – оказались в обоих списках. Как объяснить эти факты? Количество публикаций, как общих с упоминанием стран, так и представленных в той или иной тональности, зависит от многих факторов. Часть из них известна достаточно давно [Kariel, Rosenvall, 1984; Wu 2000]. Перечислим некоторые из них, которые кажутся наиболее важными в рассматриваемом контексте. Первым таким фактором является размер валового внутреннего продукта (ВВП) страны. Чем богаче страна, т. е. чем выше её ВВП, тем чаще об этой стране пишет мировая пресса. Поэтому в списке лидеров, как по общему количеству публикаций с их упоминанием, так и в случае их упоминаний в положительном и отрицательном контексте, мы видим крупнейшие экономики, в том

числе и Россию. Вторым важным фактором является население страны. Чем больше людей живёт в определённой стране, тем обширнее там медиасфера, тем больше в ней средств массовой информации и тем больше публикаций производится в этой стране. Однако существует прямая корреляция между численностью населения и размером ВВП. Так, коэффициент Пирсона между этими двумя величинами¹² составил 0,57. Таким образом, три переменные – количество публикаций с упоминанием страны в глобальном информационном онлайн-пространстве, численность её населения и ВВП на душу населения – образуют единый кластер.

Другая группа факторов связана с традициями стран, как социокультурными, так и общественно-политическими. Выше мы видели, что в разных языковых зонах существует различный тональный баланс по всему корпусу публикаций. Мы зафиксировали, что системный положительный тональный баланс наблюдается для публикаций на китайском и японском языках. Логично предположить, что социокультурные традиции, которые во многом связаны с религиозными и философскими взглядами, распространёнными в Восточной и Юго-Восточной Азии, ориентируют средства массовой информации на более гармоничное и менее критичное отражение мира, а, следовательно, и на преобладание позитивно окрашенного описания событий. Напротив, традиции российской журналистики больше ориентированы на выявление негативных аспектов повседневной жизни. Таким образом, во втором списке мы находим значительное количество стран, возникших на территории бывшего СССР, информация о которых представлена в базе данных «FACTIVA» в основном на русском языке. Аналогичным образом во второй список попала Франция – для французского языка также характерно негативное тональное смещение.

Третья группа факторов связана с насыщенностью событиями. Глобальное информационное онлайн-пространство сильнее реагирует на негативные события – это общеизвестный факт. Среди относительно небольших по численности населения и размерам экономики стран, которые представлены во втором списке таблицы 1, есть государства, с которыми были связаны драматические события, активно освещавшиеся в прессе – военные действия (Армения, Азербайджан, Украина), протесты и беспорядки (Казахстан). И, конечно, необходимо учитывать, что 2020 год пришёлся на время пандемии COVID-19, которая затронула практически все страны.

Обратимся теперь к таблице 2 и уточним, как были рассчитаны представленные в ней значения. Во-первых, было выявлено количество текстов с упоминанием страны в общей сложности на 9 языках, на которых FACTIVA может провести сентимент-анализ. Затем среди этих текстов было определено количество положительно и отрицательно окрашенных материалов на каждом языке, после чего были рассчитаны проценты, представленные в этой таблице. Фактически, каждое процентное значение здесь представляет собой долю положительно или отрицательно окрашенных материалов в общем количестве материалов, упоминающих эту страну на девяти языках вместе взятых.

В первом списке (позитивная тональность) мы снова находим крупные страны, но их количество меньше, чем в таблице 1. Среди них: Китай, США и Япония.

¹² Данные о численности населения стран взяты из статистической базы данных ООН [Population... 2022], а данные о ВВП – из Международного Валютного Фонда [Валовой... 2022].

Лидерами здесь являются три азиатские страны – Вьетнам, Китай и Таиланд. Второй список в таблице 2 содержит 10 стран с наибольшей относительной величиной публикаций, где страны упоминаются в негативном контексте. Весь этот список состоит из стран, возникших на территории бывшего СССР, включая непризнанные в 2020 году (Донбасс, Нагорный Карабах) и частично признанные (Абхазия, Южная Осетия). Наибольшая процентная величина у Донбасса – так в базе данных «FASTIVA», напомним, совокупно обозначены ДНР и ЛНР. Вторым в списке была частично признанная Южная Осетия, третьим – непризнанный Нагорный Карабах. Россия не фигурирует ни в первом, ни во втором списке.

Таблица 2. 10 стран, наиболее часто упоминаемых в позитивном и негативном ключе в 2020 году в базе данных «FASTIVA» на 9 ведущих языках мира (в долевым выражении, %)

		% публикаций с упоминанием страны в позитивной тональности			% публикаций с упоминанием страны в негативной тональности
1	Вьетнам	1,883%	1	Донбасс	20,491%
2	Китай	1,834%	2	Южная Осетия	16,163%
3	Таиланд	1,799%	3	Нагорный Карабах	13,826%
4	Науру	1,601%	4	Армения	11,238%
5	Камбоджа	1,382%	5	Украина	9,980%
6	Япония	1,371%	6	Молдавия	9,612%
7	Ангола	1,158%	7	Абхазия	9,335%
8	Сингапур	1,146%	8	Азербайджан	7,969%
9	Коста Рика	1,138%	9	Казахстан	7,703%
10	США	1,120%	10	Грузия	6,315%

Итак, мы рассмотрели представленность России в глобальном информационном онлайн-пространстве в 2020–2022 гг. Следует особо подчеркнуть слово «глобальный», поскольку такого рода анализ был проведён впервые, благодаря возможностям работы с большим корпусом текстов на довольно большом количестве языков, репрезентирующих более 90% информационного контента в рамках модели ГЛОПЭСТИОН, описанной выше. Основные выводы сводятся к следующему.

1. Россия оказалась лидером по количеству публикаций с её упоминанием среди 204 стран, информация о которых была доступна в мониторинговой базе данных «FASTIVA» на корпусе текстов, содержащих свыше двухсот миллионов текстов за весь период наблюдения. Эта тенденция наблюдалась как в 2021 г., так и в первом полугодии 2022 г. Более того, зафиксирован процентный рост публикаций с упоминанием России с 14,6% в 2021 году до 19,2% за период с февраля по май 2022 года. Второй страной по частоте упоминаемости в течение периода наблюдения были Соединённые Штаты Америки. При этом процент публикаций с упоминанием США снизился с 8,8% в 2021 году до 8,6% в феврале–мае 2022 года.

2. С точки зрения теории установления повестки дня Маккомбса и Шоу, данные факты свидетельствуют об усилении значимости России для мировой прессы и уменьшения для неё значимости США.
3. В значительной степени лидерство России в глобальном информационном онлайн-пространстве в 2020–2022 гг. обусловлено тем, что русский язык занимает второе место после английского по объёму контента в интернете (измеряемому количеством сайтов с использованием языка), хотя по числу людей, говорящих на языке, русский уступает таким языкам, как китайский, испанский, английский, хинди, арабский, бенгальский и португальский. Другими словами, русский язык – один из главных языков интернета.
4. В проекте рассматривались динамические тенденции глобального информационного онлайн-пространства. Выявились следующее:
 - a. Подтвердилась тенденция к общему расширению интернета. Это расширение проявляется через увеличение числа пользователей в мире, количества сайтов, общего числа публикаций, количества используемых языков и др.
 - b. Обнаружена недельная цикличность в появлении новых публикаций. Оказалось, что по выходным количество новых материалов в глобальном интернете заметно уменьшается, минимум приходится на воскресенье, а недельные максимумы наблюдаются в период со вторника по четверг и не отличаются жёсткой привязкой к конкретному дню недели – результат зависит от многих факторов, прежде всего от событийности.
 - c. Изучены тенденции, связанные с т.н. медиавсплесками, медиавзрывами и медиаштормами. В исследовании была предложена *концепция глобальных медиавсплесков, медиавзрывов и медиаштормов*.
 - d. Мощнейший глобальный медиашторм был вызван специальной военной операцией Российской Федерации на Украине, что проявилось, с одной стороны, в повышении числа материалов с упоминанием России в глобальном информационном онлайн-пространстве 24 февраля 2022 года, а также в резком скачке количества материалов с упоминанием Украины – она оказалась на третьем месте в глобальном интернете по данному параметру после России и США. Однако медиашторм, длившийся около трёх месяцев, постепенно утихал, и количество материалов с упоминанием Украины к июню вернулось к значениям, наблюдавшимся до начала СВО.
 - e. При этом упоминание Донбасса в глобальном информационном онлайн-пространстве было довольно редким явлением. Мировая пресса, за небольшим исключением, трактовала события как войну между Россией и Украиной, не объясняя причин, по которым началась СВО.
 - f. Выявлены два типа медиаштормов. Первый связан со взрывным ростом количества публикаций в течение одного-двух-трёх дней. Второй тип проявляется на отрезках времени с шагом в месяц, хотя день ото дня происходит лишь небольшое приращение количества публикуемых материалов. Пример такого медиашторма – рост публикаций о

коронавирусной пандемии с плавным ежедневным нарастанием, но заметным приростом по месяцам с января по апрель 2020 года включительно.

5. Корреляционный анализ между, с одной стороны, количеством публикаций с упоминанием стран в базе данных «FACTIVA» и, с другой стороны, численностью населения и ВВП этих стран позволил зафиксировать значимую взаимосвязь между этими тремя переменными, что подтверждает ранее обнаруженные закономерности. Эта тенденция проявляется не только для общего числа публикаций, но также для материалов положительной и отрицательной тональности с упоминанием этих стран.
6. Были изучены тональные особенности журналистских публикаций. Оказалось, что в базе данных «FACTIVA» совокупно на девяти крупнейших языках около 98% публикаций не имеют ни положительной, ни отрицательной направленности – их можно охарактеризовать как нейтральные.
7. Был введён новый параметр *«тональный баланс»* для статистической оценки соотношения между количеством положительно и отрицательно окрашенных материалов, который определяется как разность процента публикаций позитивной тональности и процента публикаций негативной тональности. На всём корпусе текстов базы данных «FACTIVA» совокупно на девяти языках, на которых возможен сентимент-анализ, наблюдается небольшое смещение в негатив: в 2020 году общий тональный баланс составил – 0,16%, в 2021 году – 0,02%.
8. Обнаружена ещё одна любопытная тенденция, связанная с предрасположенностью разных языков к более позитивному или более негативному освещению событий. Оказалось, что в целом материалы, опубликованные на китайском и японском языках, имеют ярко выраженный сдвиг в позитивную тональность. В меньшей степени позитивный сдвиг характерен для английского, испанского и португальского языков. Для немецкого и итальянского языков наблюдается высокая сбалансированность позитивно и негативно окрашенного контента, а для французского и особенно русского языков – заметное смещение в негатив. Этот факт заслуживает особого внимания и пока не нашёл убедительного объяснения. Но в рабочем порядке возникла гипотеза о культурно-исторической обусловленности данного явления, его связью с традициями культуры и журналистики в странах – основных носителях языков. Хотя не исключены и иные причины.
9. Ранжирование стран по абсолютному количеству материалов позитивной и негативной окрашенности базы данных «FACTIVA» за 2020 год позволило увидеть место России в таком аспекте. Оказалось, что Россия находилась на пятом месте в общем списке из 204 стран по количеству материалов позитивной тональности с их упоминанием, уступая таким странам, как Китай, США, Япония и Испания. По количеству негативно окрашенных материалов Россия была на первом месте. За ней следовали Украина, США, Китай и Германия.
10. Если же взять долевого показатель (процент позитивных либо негативных материалов относительно общего количества публикаций с упоминанием

страны), то Россия не входит в десятку ни в одном из двух списков. Лидерами позитивных упоминаний в долевым выражении в 2020 году были Вьетнам, Китай и Таиланд, а негативных – Донбасс, Южная Осетия и Нагорный Карабах.

Список литературы

Быстрицкий А. Г. О представленности России в глобальном информационном онлайн-пространстве / А. Г. Быстрицкий, А. В. Шариков // *Международная жизнь*. 2021. № 2. С. 76–93.

Рейтинг стран по ВВП в 2021 году // svspb.net : [сайт]. URL: <https://svspb.net/danmark/vvp-stran.php> (дата обращения: 05.11.2022).

Писанко Н. Самые распространённые языки мира / Н. Писанко // *Коммерсант*. 21.03.2019. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3917583> (дата обращения: 05.11.2022).

Путин объявил следующую неделю нерабочей // РБК. 25 марта 2020. URL: <https://www.rbc.ru/society/25/03/2020/5e7b5c939a7947f15a9150f0> (дата обращения: 05.11.2022).

Шариков А. В. Глобальное информационное онлайн-пространство в 2020 году: динамические характеристики / А. В. Шариков // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2021. № 2. С. 445–463.

Шариков А. В. Реакция глобального информационного онлайн-пространства на военную спецоперацию РФ на Украине: статистическая динамика / А. В. Шариков // *Международная жизнь*. 2022. № 4. С. 54–73.

Шариков А. В. Тенденции развития глобального информационного онлайн-пространства: результаты эмпирического исследования / А. В. Шариков // *Наследие В. Г. Короленко. Стратегии гуманизма: сборник материалов Третьей Всероссийской научно-практической конференции (Нижний Новгород, 27–28 октября 2021 г.)* / Под ред. А. Н. Фортунатова. Н. Новгород : Изд-во ННГУ, 2021. С. 264–276.

Якушова А. Путин объявил о завершении режима нерабочих дней / А. Якушова // *Ведомости*. 11 мая 2020. URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2020/05/11/829940-putin-prodlil-rezhim-nerabochih-dnei> (дата обращения: 05.11.2022).

Boydston A. E. Two Faces of Media Attention: Media Storm versus Non-Storm Coverage / A. E. Boydston, A. Hardy and S. Walgrave // *Political Communication*. 2014. Vol. 31. № 4. P. 509–531.

Ducharme J. World Health Organization Declares COVID–19 a «Pandemic». Here’s What That Means // *Time*. 11.03.2020. URL: <https://time.com/5791661/who-coronavirus-pandemic-declaration/> (дата обращения: 05.11.2022).

Guo L. An Expanded Perspective on Agenda-Setting Effects. Exploring the third level of agenda setting / L. Guo, Tien Vu Hong, McCombs Maxwell // *Revista de Comunicación*. 2012. № 11. Pp. 51–68.

Historical yearly trends in the usage statistics of content languages for websites // w3techs.com : [сайт]. URL: https://w3techs.com/technologies/history_overview/content_language/ms/y (дата обращения: 05.11.2022).

Hollanders D. Telling what yesterday’s news might be tomorrow: Modeling media dynamics / D. Hollanders, R. Vliegthart // *Communications: European Journal of Communication Research*. 2008. Vol. 33, № 1. P. 47–68.

Internet Live Stats – Internet Usage & Social Media Statistics // Internet Live Stats : [сайт]. 15.10.2022. URL: <https://www.internetlivestats.com/> (дата обращения: 05.11.2022).

Kariel H. G. Factors Influencing International News Flow / H. G. Kariel, L. A. Rosenvall // Journalism and Mass Communication Quarterly. 1984. Vol. 61. № 3. Pp. 509–666.

Lowrence R. G. Accidents, icons, and indexing. The dynamics of news coverage of police use of force // Political Communication. 1996. Vol. 13. P. 437–454.

McCombs M. Agenda-setting Function of Mass Media / M. McCombs, D. L. Show // Public Opinion Quarterly. 1972. Vol. 36 (2). Pp. 176–187.

Population // UN Data : [сайт]. URL: <http://data.un.org/en/index.html> (дата обращения: 05.11.2022).

Usage statistics of content languages for websites // w3techs.com : [сайт]. URL: https://w3techs.com/technologies/overview/content_language (дата обращения: 05.11.2022).

Wien C. An anatomy of media hypes: Developing a model for the dynamics and structure of of intense media coverage of single issue / C. Wien, C. Elmelund-Praesteker // European Journal of Communication. 2009. Vol. 24, № 2. P. 183–201.

Wu H. D. Systemic Determinants of International News Coverage: A Comparison of 38 Countries // Journal of Communication. 2000. Vol. 50, № 2. P. 110–130.



Шарков Феликс Изосимович

МГИМО(У) МИД РФ;

Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ,
Москва, Россия.

sharkov-fi@ranepa.ru

Силкин Владимир Владимирович

Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ,
Москва, Россия.

silkin@ranepa.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОЛОГИИ ЧЕЛОВЕКА, МЕДИА-И НООСФЕРНОГО ПРОСТРАНСТВА

Аннотация. В статье проведён анализ с позиций социальных наук нарушений экологии человека, которые проявляются не только благодаря негативным воздействиям природы, но и медиапространства и ноосферы. *Результаты.* Осознанные и неосознанные силы смогли нарушить экологию человека и сформированного медиапространства настолько, что преобразовалось само человечество в такой степени, что люди стали во многом воспринимать окружающий мир через виртуальную призму. На экологию человека оказывает влияние фактор ноосферного развития человечества, а коллективный человеческий разум должен учитывать ограничения, диктуемые гомеостатическими механизмами биосферы и планеты Земля. *Выводы.* Экология человека не является статическим субстратом. С развитием гомо сапиенса и последующих человеческих возможностей расширялось само видение человеком своего окружающего пространства, а также трансформировалось само пространство. Это происходило как без человеческого вмешательства в ходе природных процессов, так и с его помощью. На экологию человека отрицательно стало влиять не только окружающее его физическое пространство, но и медиа-и ноосферное пространство.

Ключевые слова: экология, экология человека, экология медиапространства, экология ноосферного пространства

Sharkov Felix I.

MGIMO (U) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russia;

RANEPА,

Moscow, Russia.

sharkov-fi@ranepa.ru

Silkin Vladimir V.

RANEPА,

Moscow, Russia.

silkin@ranepa.ru

THE TRANSFORMATION OF HUMAN ECOLOGY AND OF THE MEDIA SPHERE AND NOOSPHERE

Abstract. This work is to analyze from the standpoint of social sciences violations of human ecology, which are manifested not only due to the negative effects of nature, but also the media space and the noosphere. *Results.* Conscious and unconscious forces were able to disrupt the ecology of man and the formed media space so much that humanity itself was transformed to such an extent that people began to perceive the world around them through a virtual prism in many ways. Human ecology is influenced by the factor of noospheric development of mankind, and the collective human mind must take into account the limitations dictated by the

homeostatic mechanisms of the biosphere and the planet Earth. *Conclusions.* Human ecology is not a static substratum. With the development of Homo-sapiens and subsequent human capabilities, man's very vision of his surrounding space expanded, as well as space itself transformed. This happened both without human intervention in the course of natural processes, and with its help. Not only the surrounding physical space, but also the media and noosphere space began to negatively affect the human environment.

Keywords: ecology, human ecology, ecology of media space, ecology of noosphere space

Любые виды живых организмов могут иметь устойчивость и надёжность сохранения своего вида, если обеспечены системой приспособления к оперативным и перспективным изменениям окружающей среды, т. е. иметь адаптивность к быстрым и медленным (эволюционным) изменениям. На эволюционные изменения внешних условий живые организмы реагируют посредством включения механизма приспособления к требованиям внешней среды.

Даже одноклеточные организмы располагают участками клеточной мембраны, осуществляющие связь с внешней средой. Именно это качество может послужить основой для разработки биодатчиков, воспринимающих биоизлучения, которые в последующем можно будет преобразовать в привычные для восприятия человеком сигналы. Многоклеточные организмы осуществляют информационную взаимосвязь с внешней средой, кроме специальных органов восприятия (звуков, цвета, запаха, соприкосновения, температуры), через биологически активные точки, которые отвечают не за оперативную связь с внешней средой, анализ и обработку полученной информации, а за информационную взаимосвязь за глобальными изменениями окружающей среды и, соответственно, приспособление организма к этим изменениям. Тот факт, что приспособление к изменениям происходит не у отдельных особей, а у всего вида, свидетельствует о том, что, кроме индивидуального механизма анализа глобальных изменений и приспособления к ним, существует и общий для вида механизм в виде видового гена (а для народов, кроме того и социального гена), который существует на ноосферном уровне и координирует работу по реорганизации структуры живого организма у всего вида.

Методы

Данное теоретическое исследование проведено на стыке биологии, социологии, информатиологии, коммуникологии с помощью методов анализа, синтеза, наблюдений, экспертизы и прогнозных оценок. Ряд эвристических положений формулируются в виде гипотез и предположений.

Генезис биологической основы человека

Реорганизации в биологической сфере человека непременно оказывают влияние и на социальную сферу. Появление у человека помимо указанных и аналитического аппарата не вытеснило сформировавшиеся ранее механизмы анализа внешней среды с целью самореорганизации, а оставило их в качестве дублирующих [Hoeckstra, 1963]. Быстрое и сильное изменение окружающей среды со скоростью, превышающей скорость приспособления живого организма, приводит к исчезновению вида. Человек же, посредством прогностического опережения возможностей приспособления окружающей обстановки и применения защитных средств, в состоянии противостоять

быстрым температурным и другим физическим изменениям окружающей среды. В то же время вследствие фантастически быстрого изменения социальной, психологической, информационной среды оказывается не в состоянии приспособиться четвертая часть человечества. В случае же, если адаптивность более половины человечества не позволит приспособиться к взрывным изменениям, то начнётся процесс саморазрушения системы на различных уровнях.

Биологическое излучение организма осуществляется на двух уровнях. На первом уровне любые колебания всех компонентов живого организма, возмущая окружающую биологическую среду, создают результирующее поле, имеющее достаточно сложную конфигурацию и определённую силу. Такое поле со временем научатся замерять, используя в качестве датчиков съёма информации живые биологические элементы со встроенными в них преобразователями сигнала в достаточно привычную форму электромагнитных сигналов. На базе таких биологических сигналов, переведённых в привычные для восприятия человеком формы, будут строиться биологические модели каждого человека, представляющего собой что-то вроде индивидуального биологического паспорта. Такие модели уже можно будет раскладывать на составляющие, а сравнивая их с эталонными образцами, определять погрешности (болезни) как всего организма, так и отдельных органов. Причём не просто болезни, связанные с нарушением биологической функции органов, но и с нарушением энергетики человека и отдельных органов, а особенно важно, будут легко определяться рассогласования работы отдельных органов и систем организма и нарушения работы сигнальных каналов. При этом легко будут обнаруживаться закупоривания, замыкания или обрывы сигнальных каналов, соединяющих работу нервных, кровеносных и всех других систем человеческого организма. О наличии некоторых пока ещё не познанных систем человеческого организма человечество ещё и не подозревает, а некоторые из них (например, систему передачи наследственной информации) знает очень плохо. Так, на сегодня человечество ещё не смогло разгадать достаточно простой механизм передачи ноосферной информации человечеству. Эту проблему рассмотрим позже. А сейчас вернёмся ко второму уровню передачи в окружающую среду биоэнергетической информации человека.

На втором уровне передача биокослебаний осуществляется на целевой основе. Если в первом рассмотренном случае биоэнергетическая информация о различных людях отличается незначительно (параметры силы биополя одного человека отличаются на величину, не выходящую за рамки однопорядковых величин), то на втором уровне передачи информации происходят огромные разноуровневые манипуляции. Данное обоснование исходит из того положения, что любая мысль, изречённая идея материальна. То, о чём человек подумал, тем более то, что уже произнёс, излучено в окружающую среду в виде многочисленных сложнейших биоэнергетических сигналов. Нужно лишь создать датчики их приёма (фиксации), а далее стоит их лишь усилить и переработать в доступную для восприятия форму.

Взаимообусловленность материального и духовного

В отмеченном выше понимании спор о первичности материи и вторичности сознания; или об идеальном или материальном; идеализме и материализме абсурден.

Идея, возникшая в умах людей, родилась в материальной среде, отразилась в человеческом мозге и распространилась не только в привычной знаковой системе передачи информации, но и непосредственно излучена и распространилась в пространстве в виде биоэнергетического поля, в котором на определённую несущую составляющую «нанализуется» и распространяется «биосигнал». В данном случае идея вторична по отношению к её излучателю (мозгу человека), но при её приёме для «приёмника» биосигнала она уже будет первичной.

В мире всё материально. Материальные субстанции отличаются лишь формой материи. На сегодняшний день одни виды объективной реальности в виде материи можно ощущать с помощью человеческих органов или приборов. Радио- или телевизионные волны мы можем ощущать лишь через соответствующие приёмники, но, тем не менее, это всё же объективная реальность, данная нам в ощущениях, которые мы имеем посредством приборов. Точно так же биополе не ощущается нами непосредственно, а для опосредованного ощущения пока ещё не созданы приборы.

Границы дозволенного в синтезе живого и неживого

Включение в процесс взаимодействия с окружающей средой нового канала связи в виде биоэнергетической системы обмена с помощью отмеченной системы преобразования биосигналов даст возможность ускоренному развитию способностей человека осознанно усиливать и передавать биосигналы, принимать и расшифровывать их даже без помощи искусственных преобразователей. В то же время – это будет таить огромную опасность, если биодатчики применять в роботосистемах более высокого порядка, способных конкурировать с человеком или даже вступить с ним в противоборство за «место под солнцем».

Поэтому на самых ранних стадиях создания достаточно совершенных роботов необходимо нужно принять всемирный кодекс, запрещающий применение в таких роботосистемах датчиков, построенных из живого материала. Опасность от таких систем может грозить с двух сторон. Первое, такие роботы на достаточно высокой стадии развития на основе встроенного живого элемента постепенно смогут начать самореконструкцию организма, который может заимствовать у человека схемы человеческого восприятия окружающего мира (возможно даже и его биологические части). Второе, в живой составляющей биоробота сможет быть сконцентрирована ноосферная информация. А это будет самой страшной ошибкой человечества, позволившего заменить себя на планете роботами. В случае выхода из-под человеческого контроля искусственного интеллекта и начала войны человека с биороботами, имеющими доступ в ноосферу, победа будет за последними.

Атмосфера – Соцосфера, – Ноосфера – Ноосоциетальная система

Ноосоциетальная система¹³ может использовать элементы искусственного разума, но ни в коем случае биороботы не должны будут иметь возможность по своему усмотрению использовать ни разум отдельного человека, ни человечества в целом.

¹³ Понятие «ноосоциетальной системы» в научный оборот автор в свое время ввёл для обозначения планетарной системы более высокого порядка, чем ноосфера, которая включает в себя, кроме собственно самой ноосферы,

Таким образом, человечество уже в третьем тысячелетии приобретёт ещё один канал прямой связи с окружающей действительностью и пределы объективной реальности, данной ему в ощущении, значительно расширятся [Кравченко, 2013]. Это даст возможность усилить прогнозные свойства человека, который на себе (как говорится на своей шкуре), всем своим телом, сознанием, всей своей природной сущностью будет чувствовать и осознавать опасности, которые исходят от него же самого, т. е. от его разрушающей природную среду деятельности [White, Stallones, 2013]. Это и есть акт самозащиты человечества, предпринятый природой путём самосовершенствования человеческого организма в сторону слияния его со своим родителем – с природной средой.

Предположения. Человек, получив излишнюю степень свободы, стал разрушать своего же родителя и приближать тем самым катаклизм на планете. Но одновременно нельзя забывать и о другой стороне медали. Природа, при всём своём желании, не может выработать раз и навсегда приемлемую форму жизни, которую потом не нужно будет менять. Это ведь и будет прекращением движения, то есть началом конца своего существования. Защитный механизм существования всего живого как раз заложен здесь, непрерывное движение и есть жизнь. Любая остановка – не есть жизнь, то есть смерть. Не выйдя из стихии воды, живое существо не в состоянии было сформировать общество с его экономической, политической, социальной, правовой и другими составляющими, а значит, не появилась бы в современном виде биосфера (не всю сферу поселили бы живые существа, т. е. биопространство нельзя было бы даже назвать биосферой), соответственно не сформировалась бы у Земли в современном виде атмосфера, потом социальная сфера, а далее не образовалась бы ноосфера и ноосоциетальная система, объединяющая социальную сферу (источник формирования и подпитки ноосферы) и ноосферу.

Излученная мысль в виде слов, картины, образа, рассказа и пр. нанизывается на свой носитель и передаётся на определённое расстояние. В зависимости от силы биологического информационного сигнала (БИС) она преодолевает различные расстояния. Однако сила БИС с увеличением громкости звукового сигнала не увеличивается. Можно кричать сколько угодно, но сила БИС может, тем не менее, оказаться намного слабее, чем, скажем, сила сигнала «двух синхронно переживающих душ» по поводу совместного горя. В последнем случае когерентные (от лат. *cohaertns* – находящийся в связи) биоволны в пространстве распространяются одновременно при совпадении конфигурации, амплитуды и фазы распространяемой биоволны. Такое наложение биоволн в тысячи, а в отдельных случаях в сотни тысяч раз, увеличивает их результирующую составляющую, что позволяет ей преодолевать пространство вплоть до биоинформационного поля ноосферы. Именно путём создания интерференционного эффекта театральные зрители, возбуждённые по одному и тому же поводу в синхронном рукоплескании, усиливают совместное биоэнергетическое поле,

также природную кристаллическую информационную систему, планетарную макросоциетальную систему, а также микросферу мыслительной деятельности Человека, включающего в себя и механизм подсознательной связи информационной микросферы человека с другими названными системами [Шарков, 2000].

ощущение от которого надолго может сохраниться у зрителей. Кроме того, такое сильное биоэнергетическое поле наверняка сможет «пронзить» пространство и обогатить информационную составляющую ноосферы.

Аналогичным приёмом пользовались (и пользуются) шаманы, возбуждая под синхронный звук и создавая атмосферу таинственности, способствующей медитации, т. е. состояния человека, когда его биоэнергетическое поле входит в синхронное колебание (в интерференцию) с полем других участников, а у отдельных, наиболее сильных персонаний – даже с соответствующей биоэнергетической составляющей ноосферы, вступая с ней в прямой контакт.

Искусственный интеллект против человечества – защищаться сообща

Особой защиты требуют глобальные информационные системы. *Internet* начинает жить по собственным правилам, не предусмотренным её создателями. Превратившись в саморазвивающуюся систему, она в какой-то момент времени может полностью выйти из-под контроля человека. Превращаясь для человека в «чёрный ящик», она заманивает информационным наркотиком в свои сети большую массу людей. Пользователю известно лишь то, что он хочет получить из сети, а как, с помощью какого механизма сеть предоставляет ему эту информацию, он не знает и не может знать. То есть человек удовлетворяется схемой коммуникации, в которой пользователь запускает требование на вход системы и получает информацию на её выходе. То же самое представляет для человека «искусственный интеллект». Наибольшую опасность управляемости (подчиняемости человеку) информационно-коммуникационных систем представляет возможное соединение глобальных информационных систем с самоорганизующимися моделями мыслительно-манипулятивных систем. Такая система может составить конкуренцию не только самому человеку, но и ноосоциетальной системе, т. е. сфере, соединяющей глобальные планетарные социетальные системы с ноосферной оболочкой Земли.

Вслед за Пьером Тейяром де Шарденом и В. И. Вернадским [Вернадский, 2013; Казначеев, Спирын 1990], отечественный физик Илья Герловин [Герловин, 1990] в конце восьмидесятых годов прошлого столетия заявил, что нашёл ключ к пониманию «архитектуры» Вселенной и законов взаимосвязи микро- и макромиров. Он предполагал, что существует некий код, благодаря которому законы, управляющие микромиром, не носят локального характера, а его (микромира) свойства неизменно проявляются на макроскопических уровнях вселенной. На мой взгляд, едва ли вселенская система статична, поэтому едва ли она «пронизана» на всех уровнях одними и теми же законами. Скорее всего, по идентичной модели построены миры, находящиеся в пределах одного пространственно-временного континуума. Возможно, что базовые законы функционирования для расслоённого пространства, замкнутого в единую систему, тоже существуют, но, на мой взгляд, нельзя согласиться с И. Герловиным в том, что все уровни миров имеют «универсальный код самоорганизации». Нужно, на мой взгляд, искать не универсальные, применимые для всех уровней мироздания и форм существования, коды, а формы идентичности многоуровневых (а в ряде случаев – и многослойных) сферических образований, в которых замыкается пространственно-временной континуум, который, пожалуй,

является наиболее устойчивой системой в безбрежном космическом пространстве. Здесь, в пределах континуума, протекают метаболические процессы обмена веществом энергией, информацией, не нарушающие структуры систем, в пределах которых происходит метаболизм. Промежуточное же пространство (вернее – отсутствие привычного пространства) между такими пространственно-временными системами не имеет чётко выраженных пространственных и временных границ в привычном для нас представлении, а может лишь служить неким буфером другого порядка между устойчивыми системами. Вот тут-то уже невозможно говорить ни о какой универсальности построения таких пространств, ни о метаболических процессах. Бифуркационные же процессы здесь, наоборот, преобладают.

Гипотетические утверждения

Свою собственную концепцию ноосферы разработал Оливер Райзер, малоизвестный американский провидец-физик и системный мыслитель. В главе «Радиационные пояса мысли» своей книги «Космический гуманизм» (1966) он излагает понятие пси-полей Земли. Его довольно сложная теория пси-полей и мирового сенсориума основана на двух открытиях, неизвестных на тот момент Вернадскому и Тейяру де Шардену [Шарден, 1981], – ДНК и радиационных поясах Земли. Райзер локализует мировой мозг-ноосферу в электромагнитном поле радиационных поясов, включая программу ДНК, которая создаёт «пояса планетарной мысли». Ранее Вернадский и Тейяр де Шарден вынуждены были довольствоваться гипотетическим описанием ноосферы. Райзер же, используя большое количество научных деталей, пытается интегрировать развивающиеся компоненты науки в систему космоэкологии, используя при этом понятие Карла Юнга о синхронности. «С учётом последовательности сферических оболочек, составляющих всю систему Земли-барисферу, литосферу, гидросферу, атмосферу и биосферу, – пишет он, – теперь, наконец, процессы культурной эволюции породили ещё одну оболочку, наложенную на биосферу, т. е. (гуманизированной и социализированной материи), которая является ноосферой... Конечно, она (ноосфера – Ф.Ш.) не поддаётся научному измерению, но её присутствие сильно ощущается, и её влияние всепроникающее» [Oliver L. Reiser, 1973].

Обсуждение проблемы

Этапы становления ноосферной экологии рассматриваются в интереснейших работах [Проблемы... 1981], но её истоки связаны с расширением содержания предмета экологии как науки под воздействием появления глобальных экологических проблем, начиная с середины XX века [Биологическая индикация...1984]. В. Б. Сапунов и Г. М. Иманов определили ноосферную экологию как науку, «изучающую взаимоотношение социальных систем всех уровней организации с окружающей средой» [Сапунов, Иманов, 2011]. Вместе с тем, учитывая, что ноосферная экология как цельная концепция ещё не вполне сформирована, её можно рассматривать как подход к изучению глобальных экологических проблем с позиций социальных наук и формируемого учения о ноосфере. «Глобальная экология выходит за рамки биосферы, изучая всю экосферу планеты как космического тела» [Коптюг, 1992]. «Экологическое движение потерпело неудачу в игнорировании ноосферного

слоя земли... Необходимы экологические меры, а не уклонение от них, на экономическом, образовательном, коммуникационном, эстетическом и политическом фронтах» [Masani, 1995]¹⁴.

Выводы. Экология человека не является статическим субстратом. С развитием гомо сапиенса и последующих человеческих возможностей расширялось само видение человеком своего окружающего пространства, а также трансформировалось само пространство. Это происходило как без человеческого вмешательства в ходе природных процессов, так и с его помощью. Человечество сформировало различные языки, создало способы передачи информации, включая печатные средства массовой информации. Открытие человеком электромагнитных волн существенно изменило окружающую человека информационную среду, сформировав медиaprостранство, включающие, кроме классических, новые электронные и конвергентные медиа. Однако осознанные и неосознанные силы действиями, независимыми друг от друга, смогли нарушить экологию медиaprостранства настолько, что преобразовалось само человечество в такой степени, что даже её разумные части стали воспринимать окружающий мир через виртуальную призму. Особенно это стало возможным с взрывным развитием основного компонента медиaprостранства – Интернет-пространства.

Глобальная экология вышла за пределы биосферы, охватывая всю планету как космического объекта. Изучение глобальных экологических проблем с позиций социальных наук и формируемого учения о ноосфере входит в предмет ноосферной экологии. Ноосферная экология – это такой тип глобальной экологии, в которой существенную роль играет фактор ноосферного развития человечества, когда коллективный человеческий разум начинает учитывать в своём мировом хозяйстве ограничения, диктуемые гомеостатическими механизмами биосферы и планеты Земля.

¹⁴ См. Озеленение, проблемы фитогигиены и охрана городской природной среды /под ред. Э.И. Слепяна и Ю.И. Ходакова. Л.: Зоологич. ин-т АН СССР, 1984. 232 с.; Охрана природы и применение химических средств в сельском и лесном хозяйстве / под ред. Э.И. Слепяна. Л.: Зоологич. ин-т АН СССР, 1981. 145 с.; Субетто А.И. Ноосферизм. Т. 1. Введение в ноосферизм. СПб.–Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова; КГУ им. Кирилла и Мефодия, 2001. 537 с.; Russell Bertrand. The Outline of Philosophy, NY, 1961; Goodland R., Daly H., El Serafy S. (Eds.) Environmental Sustainable Economic Development. Building on Brundtland Washington DC: World Bank, 1991; Hoekstra, A. Human appropriation of natural capital: A comparison of ecological footprint and water footprint analysis (PDF). Ecological Economics. 68 (7): 1963–1974. 2009. DOI:10.1016/j.ecolecon; Jackson, JB. Colloquium paper: ecological extinction and evolution in the brave new ocean. Proc. Natl. Acad. Sci. U.S.A. 105 (Suppl 1): 2008. 11458–65. Bibcode:2008PNAS..10511458J. DOI:10.1073/pnas; Majid Tehranian. Global Communication And World Politics: Domination, Development, And Discourse. 1999. <http://www.gmu.edu/>; Marten, G.G. Human Ecology: Basic Concepts for Sustainable Development. Sterling, VA: Earthscan. 2001; May, R. M. Ecological science and tomorrow's world. Philosophical Transactions of the Royal Society B. 365 (1537): 2009.41–7. DOI:10.1098/rstb; Mooney, H.; et al. Biodiversity, climate change, and ecosystem services Current Opinion in Environmental Sustainability. Current Opinion in Environmental Sustainability. 1 (1): 2009.46–54. DOI:10.1016/j; Moran, D. D.; Kitzes, Justin A.; et al. Measuring sustainable development – Nation by nation (PDF). Ecological Economics. 64 (3): 2008. 470–474. . DOI:10.1016; 13. Rees, W. «An Ecological Economics Perspective on Sustainability and Prospects for Ending Poverty». Population & Environment. 24 (1): 2002. 15–46. DOI:10.1023/A:1020125725915. Rockström, W.; Noone, K.; Persson, A.; Chapin, S.; Lambin, E. F.; Lenton, T. M.; Scheffer, M; Folke, C; et al. «A safe operating space for humanity». Nature. 461 (7263):2009.472–475. DOI:10.1038/461472a.

Список литературы

Биологическая индикация в антропоэкологии // Материалы Второго Всесоюзного Совещания о космической антропоэкологии. Ленинград, 2–6 июня 1984 г. / Под ред. Э. И. Слепяна. Л. : Наука, 1984. 232 с.

Вернадский В. И. Биосфера и ноосфера / В. И. Вернадский. М. : Айрис-пресс, 2013.

Сапунов В. Б. Основы ноосферной экологии / В. Б. Сапунов, Г. М. Иманов. СПб. : Изд-во Лема, 2011. 188 с.

Герловин И. Л. Основы единой теории всех взаимодействий в веществе / И. Л. Герловин. Л., 1990.

Казначеев В. П. Идеи В. И. Вернадского и экология человека / В. П. Казначеев, Е. А. Спирин // Вестник высшей школы. 1990. № 12. С. 29–34.

Коптюг В. А. Конференция ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, июнь 1992 года). Информационный обзор / В. А. Коптюг. Новосибирск : СО РАН, 1992. 15 с.

Кравченко С. А. Становящаяся сложная социальная реальность: проблемы новых уязвимостей / С. А. Кравченко // Социологические исследования. 2013. № 5. С. 3–13.

Проблемы фитогигиены и охрана окружающей среды / Под ред. Э. И. Слепяна. Л. : Зоологич. Ин-т АН СССР, 1981. 215 с.

Тейяр де Шарден. Феномен человека / Тейяр де Шарден. М. : Прогресс, 1965.

Шарков Ф. И. Трансформация общества и природы в ноосоциетальную систему / Ф. И. Шарков // Народонаселение. 2000. № 4. С. 78–90.

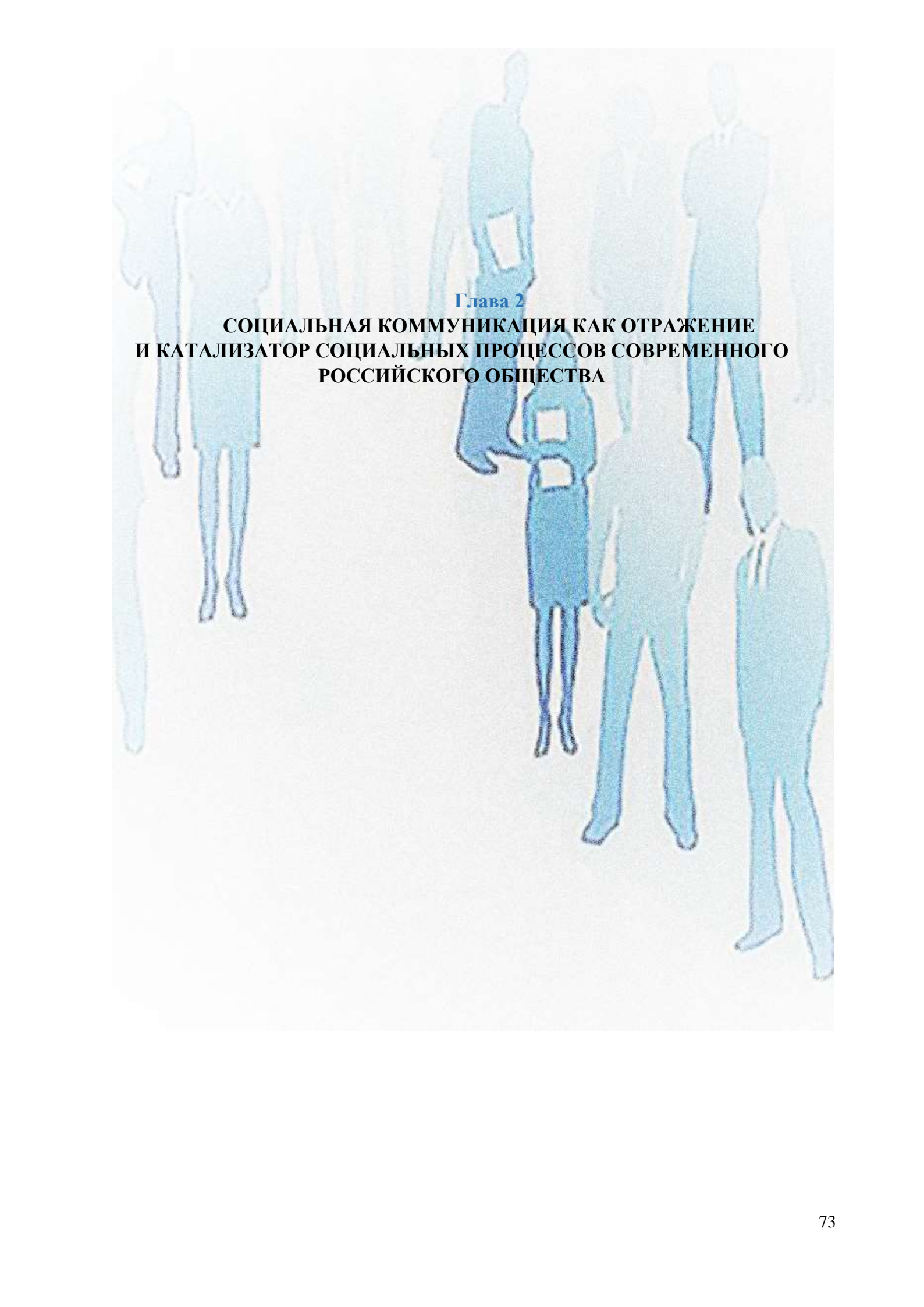
Masan P. R. The ecology of the noosphere: where the ecological movement falls short. *Kybernetes*. 1995. Vol. 24, № 9. DOI 10.1108/03684929510101812.

Oliver L. Reiser. Cosmic Humanism and World Unity // *World Union Journal*, Pondicherry, India, September 19, 1973. 557 p.

Ree W. An Ecological Economics Perspective on Sustainability and Prospects for Ending Poverty // *Population & Environment*. 2002. № 24 (1). Pp. 15–46. DOI 10.1023/A:1020125725915.

A safe operating space for humanity / W. Rockström, K. Noone [et al]. *Nature*. 2009. № 461 (7263). Pp. 472–475. DOI 10.1038/461472a.

White F. Global Public Health: Ecological Foundations / F. White, L. Stallones, JM. Last. Oxford University Press, 2013. ISBN 978-0-19-975190-7.

The background of the page features a light blue, textured pattern of stylized human silhouettes in various poses, representing a crowd or social interaction. The silhouettes are rendered in a darker shade of blue against the lighter background.

Глава 2
СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ
И КАТАЛИЗАТОР СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ СОВРЕМЕННОГО
РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА



Абрамова Софья Борисовна
Уральский федеральный университет,
Екатеринбург, Россия.
s.b.abramova@urfu.ru

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ФАКТОР СТОЛКНОВЕНИЯ ОФЛАЙН И ОНЛАЙН МОДЕЛЕЙ ГРАЖДАНСКОГО АКТИВИЗМА¹⁵

Аннотация. Рассматривается процесс изменения репертуара практик гражданского активизма за счёт изменения соотношения офлайн и онлайн форм гражданского участия. Показывается изменение интереса к цифровому активизму в поколенческом контексте. На основании исследования городской молодёжи (n=1150) выявлена тенденция к предпочтительности гибридного репертуара форм гражданского активизма. Показана связь возрастных категорий и уровня ощущения социальной ответственности с выбором онлайн и офлайн моделей гражданского участия.

Ключевые слова: цифровой активизм, гражданская активность, онлайн активизм, молодёжь, модели гражданского участия

Abramova Sofya B.
Ural Federal University,
Yekaterinburg, Russia.
s.b.abramova@urfu.ru

DIGITALIZATION AS A COLLISION FACTOR OF OFFLINE AND ONLINE MODELS OF CIVIL ACTIVISM

Abstract. The process of changing the repertoire of civic activism practices by changing the ratio of offline and online forms of civic participation is considered. The change in interest in digital activism in a generational context is shown. Based on a study of urban youth (n=1150), a tendency to prefer the hybrid repertoire of forms of civic activism was revealed. The connection of age categories and the level of feeling of social responsibility with the choice of online and offline models of civic participation is shown.

Keywords: digital activism, civic activity, online activism, youth, civic participation models

Одним из значимых социальных последствий цифровизации различных сфер современного общества выступает столкновение офлайн и онлайн моделей гражданского активизма, что особенно проявляется в общественной деятельности молодого поколения. Стратегии органов местного самоуправления, региональной и федеральной власти направлены на увеличение охвата населения цифровыми технологиями [Зотов, Василенко, 2021], обеспечение цифрового включения граждан и обеспечение доступности цифрового пространства для различных форм взаимодействия субъектов гражданского общества, власти и населения [Seifert, Rössel, 2019]. Разворачивается научная дискуссия о формировании «умного гражданина» как обладающего набором знаний, умений и потребностей как гражданском и политическом, так и в информационно-техническом понимании [Володенков, Федорченко, 2022].

¹⁵ Исследование выполнено за счет совместного гранта Российского научного фонда и Правительства Свердловской области № 22-28-20265, <https://rscf.ru/project/22-28-20265/>.

При этом усиливается поколенческий разрыв в мотивациях, формах и оценка самой возможности гражданского участия. На достаточно традиционный ценностный разрыв поколений накладывается, с одной стороны, разный уровень проявления собственно общественного и политического участия [Парма, 2022], а с другой – цифровой разрыв поколений, который приводит к различию в цифровой компетентности и использованию цифровых инструментов и социальных сетей в поколенческих группах. Значимое влияние на интерес к использованию цифровых технологий оказала пандемия: определяя этот период как максимально рутинизированный, исследователи указывают, что это способствовало экспериментированию молодёжи с новыми платформами, цифровыми практиками и, как следствие, цифровыми идентичностями [Kligler-Vilenchik, Literat, 2020].

Говоря о формировании цифровой культуры гражданского участия, можно говорить как об уникальности цифровых форм, так и об их тесной связанности с офлайн стратегиями активизма. В первом смысле цифровые технологии обеспечивают вовлечение новых и разнообразных социальных групп в процессы совместного гражданского проектирования, изменяют оценку ценности самого участия и необходимых для него усилий и затрат ресурсов [Hofmann, etc., 2020]. Во втором аспекте цифровой активизм рассматривается одновременно как онлайн-репродукция офлайн форм и мероприятий (что означает признание достаточно высокой доступности взаимного перехода от онлайн к офлайн формам и наоборот), и как расширение, дополнение офлайн-репертуара гражданского активизма [Щемелёва, 2022]. В последнем случае важно подчеркнуть сохранение принципиальной возможности участия в обеих формах активизма и создание для граждан ситуации возможности выбора наиболее эффективных и удобных с их точки зрения форм.

Для изучения формирования гибридного репертуара гражданского активизма молодого поколения в августе-сентябре 2022 года был проведён социологический опрос жителей Свердловской области в возрасте 14–25 лет (что соответствует возрастным рамкам поколения Z). Было опрошено 1 150 человек, 43% юношей и 57% девушек. В опросе приняли участие представители учащейся и работающей молодёжи Екатеринбурга (мегаполис, 60,7%), больших и средних городов (10%) и малых городов Свердловской области (29,3%).

78% участников исследования в течение последнего года участвовали в гражданских инициативах в офлайн-формате, 89,5% – в онлайн формах. Онлайн-активизм несколько снижается с уменьшением размера населённого пункта, но эти различия не сильно выражены и уровень вовлечённости остаётся высоким: в мегаполисе доля принимавших онлайн-участие в гражданской активности составляет 91,2%, в больших и малых городах – 89,6%, в малых городах – 84,6%. Та же тенденция наблюдается и в офлайн гражданском участии: в Екатеринбурге 81,2% опрошенных заявили о своём участии, в больших и средних горда – 75,6%, в малых городах – 73,3%.

Размышляя о наиболее предпочитаемом для себя модели гражданской активности, которая в наибольшей степени соответствовала бы их образу жизни, 17,5% участников выбрали моно-модель: 5,5% отдали предпочтение только офлайн формам активизма, 12% – только онлайн участию. 44,2% считают более удобной гибридную

модель, при этом 17% хотели бы в равной степени выдерживать баланс обоих вариантов участия.

Таблица 1. Предпочитаемая модель гражданского активизма в различных возрастных подгруппах молодёжи (в% по подгруппам)

Модель активизма	Возрастная подгруппа		
	14–17	18–22	23–25
ПРЕДПОЧИТАЮТ ОФЛАЙН ФОРМАТ АКТИВИЗМА, из них:	15,2	14,9	14,2
Участие только в офлайн мероприятиях, проектах, акциях	6,2	4,8	5,5
Участие преимущественное в офлайн мероприятиях, с некоторой долей онлайн проектов	9,0	10,1	8,7
ПРЕДПОЧИТАЮТ ПРИМЕРНО РАВНОЕ СООТНОШЕНИЕ ОНЛАЙН И ОФЛАЙН АКТИВИЗМА	16,2	18,3	15,7
ПРЕДПОЧИТАЮТ ОНЛАЙН ФОРМАТ АКТИВИЗМА, из них:	24,2	32,4	41,8
Участие преимущественное в онлайн мероприятиях, с некоторой долей офлайн проектов	11,5	21,7	27,6
Участие только в онлайн мероприятиях, проектах, акциях	12,7	10,7	14,2
ПРЕДПОЧИТАЮТ НЕ УЧАСТВОВАТЬ В ГРАЖДАНСКИХ АКТИВНОСТЯХ	20,2	15,3	15,0
Затруднились ответить	24,2	19,1	13,4

Интересно отметить, что на выбор офлайн-активизма как приоритетного возраст участников не оказывает существенного влияния: в трёх молодёжных возрастных подгруппах доля предпочитающих этот формат практически идентичная (см. таблицу). Но доля предпочитающих онлайн-вариант активизма растёт среди более старших молодёжных подгрупп. Это происходит за счёт снижения числа затруднившихся ответить и отказывающихся от гражданской активности, что означает, что к 23–25 годам интерес к участию в общественной жизни несколько возрастает в сравнении с 14–17 годами, и чаще более предпочитаемой моделью выбирается онлайн-формат.

При этом респонденты, которые в большей степени чувствуют ответственность за то, что происходит в их городе, чаще выбирают модели активности с преобладанием офлайн-формата (24,2% из них выбирают только офлайн / преобладание офлайн мероприятий в сравнении с 10,4% среди тех, кто не чувствует своей ответственности). Это может подтверждать идею, что использование цифровых моделей в качестве менее затратных связано с формированием слактивизма [Ахременко, Бродовская, 2021], в большей мере характерного для категорий населения с менее выраженной гражданской ответственностью и идентичностью.

Таким образом, тенденции вытеснения офлайн-практик активизма среди молодого поколения имеют место, однако в сочетании с сохранением устойчивого участия молодёжи в гражданских инициативах в офлайн практиках. Дальнейшего изучения требует понимание взаимообусловленности объективных и субъективных факторов, обуславливающих уровень вовлечённости в общественную активность в

целом, и выбор цифровых технологий в реальных гражданских проектах в качестве ведущей и эффективной модели.

Список литературы

Ахременко А. С. Влияние новых информационно-коммуникационных технологий на гражданский и политический активизм: «линии напряжения» дискуссионного поля / А. С. Ахременко, Е. В. Бродовская // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 6. С. 4–27. DOI 10.14515/monitoring.2021.6.2111.

Володенков С. В. Традиционные политические институты в условиях цифровизации: риски и перспективы трансформации / С. В. Володенков, С. Н. Федорченко // Дискурс-Пи. 2022. Т. 19, № 1. С. 84–103. DOI 10.17506/18179568_2022_19_1_84.

Зотов В. В. Влияние цифровизации на трансформацию методологии публичного управления / В. В. Зотов, Л. А. Василенко // Управленческое консультирование. 2021. № 5. С. 98–109. DOI 10.22394/1726-1139-2021-5-98-109.

Парма Р. В. Гражданская активность поколений в современном российском обществе / Р. В. Парма // Вестник Института социологии. 2022. Т. 13, № 2. С. 31–47. DOI 10.19181/vis.2022.13.2.788.

Щемелёва И. И. Исследование социальной активности и социального активизма в офлайн и онлайн-пространстве / И. И. Щемелёва // Теория и практика общественного развития. 2022. № 7 (173). С. 57–61. DOI 10.24158/tpor.2022.7.6.

Hofmann M. A Theoretical Framework for the Evaluation of Massive Digital Participation Systems in Urban Planning / M. Hofmann, S. Münster, J. R. Noennig // Journal of Geovisualization and Spatial Analysis. 2020. Vol. 4, № 3. DOI 10.1007/s41651-019-0040-3.

Kligler-Vilenchik N. Youth Digital Participation: Now More than Ever / N. Kligler-Vilenchik, I. Literat // Media and Communication. 2020. Vol. 8, № 2. DOI 10.17645/mac.v8i2.3180.

Seifert A. Digital Participation / A. Seifert, J. Rössel // Encyclopedia of Gerontology and Population / D. Gu, M. Dupre (eds). Aging : Springer, Cham, 2019. DOI 10.1007/978-3-319-69892-2-1017-1.



Гайдар Павел Егорович
Независимый исследователь,
Москва, Россия.
pegas1990@list.ru

ОРГАНИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА ПРИ ИНИЦИИРОВАНИИ СОЗДАНИЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ С ЦЕЛЮ РЕШЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ВОПРОСОВ МЕСТНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Аннотация. Объектом исследования являются эоактивисты – добровольцы (в том числе волонтеры) и механизмы управления группами таких активистов. Основным методом получения эмпирических данных стал метод включённого наблюдения. Предмет исследования – институт и механизм управления такой самоорганизованной группы.

Ключевые слова: эосоциология, эоактивисты, волонтерство, добровольческое объединение, самоорганизация, коммуникативное пространство, способы принятия управленческих решений

Gaidar Pavel E.
Independent researcher,
Moscow, Russia.
pegas1990@list.ru

THE ORGANIZATION OF A COMMUNICATIVE SPACE PROCESS DURING THE CREATION OF A VOLUNTEER ASSOCIATION IN ORDER TO RESOLVE ENVIRONMENTAL ISSUES OF LOCAL IMPORTANCE

Abstract. The object of the research are eco-activists – volunteers and the managing mechanisms for such self-organized groups in the paper. The source of obtaining empirical data is the method of participant observation. In the current item the subject of the study is the institution and the management decision-making procedure in the mentioned group.

Keywords: ecosociology, ecoactivists, volunteerism, volunteer association, self-organization, communicative space, management decision-making procedure

Проблема организации коммуникативного пространства эоактивистского сообщества остро стоит на сегодняшний день. Так, учёные Логинова и Щёбанова в своей работе [Логинова, 2021: 118], касающейся данной проблемы, указывают на тот факт, что локальный характер проблем и отсутствие источников получения ресурсов мешают функционированию организации по борьбе за благоприятную окружающую среду и налаживанию тесных связей между активными жителями.

В данном случае будет рассмотрен процесс организации коммуникационного пространства в рамках решения локальных задач по направлению эоактивизма. В рассматриваемом кейсе у автора была возможность провести исследование с помощью метода включённого наблюдения механизмов инициации такого института и способы принятия управленческих решений в соответствии с его целями.

Для более тщательного раскрытия сущности конкретного объединения, которое является частным случаем объекта исследования, необходимо затронуть отдельно аспект мотивов участников конкретной группы, в которой происходило наблюдение. Не все из её участников являются волонтерами в строгом смысле этого слова в

соответствии с определением, данным Башевой и Ворониной в работе касательно мотивации волонтеров при реагировании на чрезвычайные ситуации [Воронина, Башева, 2022: 75], поскольку, по крайней мере частично, жители борются за свои блага и интересы, тем не менее, волонтеры в данном конкретном движении также присутствуют. Сам по себе факт нарушения прав жителей на благоприятную окружающую среду не означает, что по умолчанию именно этот мотив побуждает их участвовать в объединении. Как показывают результаты наблюдения, мотивы участия могут быть вполне сходными с мотивами волонтеров, о которых пишут Башева и Воронина [Воронина, 2022: 70].

Итак, по каким принципам был инициирован институт в рамках рассматриваемого добровольческого объединения экоактивистов. Размышляя над принципами создания структуры, рассмотрим парадигму структурного функционализма, которая остаётся актуальной и по сей день. Так в своей работе о структурном функционализме Г. С. Батыгин пишет о подходе к обществу как единому целому, в которое включены системы, удерживающие равновесие [Батыгин, 2003: 18]. В частности, для формирования автономного сообщества необходимо провести институционализацию и создать статусно-ролевые репертуары, а также механизмы социализации и социального контроля. При размышлениях о перспективах структурного функционализма, учёные А. Кампа и М. Н. Хидиятуллина [Кампа, 2015: 229] выделяют такие функции структур общества, как субституциональную, нормативно-регуляционную, коммуникативную, символически-знаковую и компенсаторскую функцию.

Организация коммуникативного пространства основывается на тех же самых принципах, поскольку для большей эффективности в достижении целей движения созданный институт должен не только создать условия для коммуникации, но и осуществить формулирование целей, задач, общих ценностей, а также осуществить успешное воспроизводство участников такой коммуникации (как и привлечение новых лиц со стороны макросистемы и инвесторов). В противном случае едва ли такое коммуникативное пространство сможет стать оплотом для достижения поставленных целей.

Внимания также заслуживает один из подходов, указанных в статье Осиповой о коммуникативном пространстве современного социума и научных подходах к его пониманию [Осипова, 2015: 130]. В соответствии с ним коммуникативное пространство воспринимается как географическое пространство, в рамках которого осуществляется процесс коммуникации. Таким образом, учитывая замечание, возникшее в связи с данной концепцией, региональный охват необходимо по возможности расширять, однако не далее, чем масштаб рассматриваемого вопроса ввиду нерациональности затрат. Исходя из изложенных учёными выводов, автор выделяет следующий набор действий, необходимый для эффективной организации коммуникативного пространства, который был применён в частном случае, и который гипотетически возможно использовать и в дальнейшем при инициировании функционирования подобных структур и организации коммуникативного пространства для реализации их целей и задач.

1. Необходимо осуществить полный охват территории, которую данная проблема непосредственно затрагивает (группу соседних населённых пунктов, района, области, страны – в зависимости от задачи), посетить районные собрания, осуществить взаимодействие с людьми с целью осознания и фиксации их проблем.

2. Необходимо вычлнить общие проблемы у регионов охвата и определить задачи.

3. Цели и ценности создаваемой структуры необходимо формировать на начальном этапе, исходя из информации от участников о поступающих проблемах, и корректировать в дальнейшем.

4. Для целей структуры создаётся коммуникативная площадка. Такую площадку возможно разместить в мессенджерах или социальных сетях. В рамках данной коммуникативной площадки осуществляется непосредственное взаимодействие акторов – членов группы для достижения целей созданного института добровольческого объединения с целью решения экологических вопросов местного значения.

5. Привлекать новых акторов в структуру необходимо на точках сосредоточения диспута (такие точки должны быть для осуществления компенсаторской функции в макросистеме): на общих собраниях территорий, муниципальных образований, площадках публичных дискуссии (в зависимости от масштаба проблемы), либо через знакомых в администрации муниципального образования, которые могут быть заведомо в курсе о конкретных активных жителях в том или ином посёлке (поскольку сами несут компенсаторскую функцию). Несмотря на наличие новых технологий, приглашать человека для участия в группе предпочтительнее при личном контакте, чтобы лучше понимать, кто находится перед Вами.

6. По мере формирования целей, необходимо составить таблицу SWOT-анализа (в частности, подробно о данном методе было изложено в работе Чилимбаевой [Чилимбаева, 2014: 34]), чтобы определить, какие проблемы и какими силами структура может решить, а какие – пока не может. После составления таблицы необходимо корректировать по мере наличия участников в соответствии с их текущими способностями и возможностями. В будущем допустимо создать «аналитический отдел».

7. При ведении деятельности должен быть определён ответственный по той или иной задаче, а также сроки исполнения той или иной задачи. В данном случае достаточно затруднительно говорить о серьёзных санкциях, кроме как обструктивного характера, вплоть до эксклюзии из группы, поскольку деятельность не предполагает материального вознаграждения. По умолчанию институтом отчёта станет общий сход участников. По встречам по итогу должен быть сформирован протокол.

8. Не нужно бороться со всей макросистемой. В макросистеме необходимо искать ситуативных союзников (например, необходимо начать с элементов, которые осуществляют компенсаторскую функцию структуры в макросистеме) и с их помощью добиваться решения проблем и продвижения статуса структуры. В борьбу на начальном этапе нужно вступать строго «по необходимости» для решения проблемы, обсуждение приоритетнее борьбы. Например, использовать представителей

государственных структур, которые могут грамотно составить документы и проконсультировать касательно порядка действий.

Необходимо также отметить отдельные пункты, касающиеся финансирования подобных проектов (для затрат, необходимых для реализации целей и задач структуры, аспект денежного вознаграждения участников группы не рассматривается).

9. Финансирование стоит привлекать только и когда были достигнуты успехи своими силами. В этом случае структура будет вовлекать инвесторов в своё поле влияния, а не наоборот. Более того, привлечение денежных средств после достижения успехов позволит выбирать инвесторов. Инвесторы могут быть как общими интересантами с целями проекта, так и иметь локальные цели в нём.

10. Необходимо обсудить статус инвесторов, чтобы конкретный инвестор не испортил проект. Обсудить цели и задачи инвестора (чтобы не противоречили целям и задачам структуры).

11. По мере решения проблем необходимо создать отдел «пропаганды», который будет заниматься тем, что будет доносить до новых членов или потенциальных членов группы информацию о новых успехах структуры, позволяя, тем самым, мобилизовывать больше людей для её нужд или искать новых инвесторов. Возможно привлечение СМИ (начиная с муниципальных источников).

Сформулировав предварительно набор необходимых действий для организации коммуникативного пространства, который предполагает эффективное достижение целей, поставленных институтом добровольческого объединения с целью решения экологических вопросов местного значения, перейдём к вопросу о том, какой алгоритм принятия управленческих решений необходимо использовать в рамках добровольного объединения граждан. Данная необходимость обусловлена тем обстоятельством, что необходимо будет так или иначе разрешать дискуссионные противоречия участников в рамках организованного коммуникационного пространства для эффективной работы группы с точки зрения достижения поставленных целей и осуществлять управленческие решения.

Существует набор моделей принятия управленческих решений, их необходимо достаточно подробно рассмотреть в рамках указанного исследования, поскольку нужно будет выбрать подход, который будет в наибольшей степени соответствовать для работы по организации добровольческого объединения с целью решения экологических вопросов местного значения.

Первый подход происходит от теории Д. Марча и Г. Саймона, обозначим его как «Школа социальных систем». Такой подход, в частности, разбирают учёные Вертакова и Мандрусова в работе, посвящённой значению управленческого решения [Вертакова, 2020: 69]. Исходя из такого подхода, к учёту подлежат прошлые изменения, существует проблема дивергенции цели (поскольку ответственные за различные подразделения могут действовать в угоду своего подразделения, не обращая внимания на соблюдение тем или иным действием интереса всего предприятия). Сразу отметим, что такой подход к управлению самоорганизованной группой едва ли применим ввиду того обстоятельства, что позиционный конфликт будет достаточно трудно купировать из-за добровольного участия каждого из участников.

В рамках структурно-ситуационного подхода (П. Лоуронс, Дж. Томпсон, Дж. Лорш), рассмотренного Костенко в своей работе по эволюции такого подхода [Костенко, 2012: 105], у решающих различные задачи подгрупп внешняя среда предстаёт в разном понимании. Поскольку самоорганизованное движение основано на солидарности, то такое положение дел также может привести к падению устойчивости группы.

Инновационный подход (К. Левин), рассмотренный в труде Т. В. Гайворонской, Л. В. Верменниковой, Е. А. Чабанец и А. А. Рыковой [Гайворонская, 2021: 156], обладает своими достоинствами при управлении добровольческой группы. Организация в рамках данного подхода была создана под определённую цель и, при необходимости внесения изменений, в организации осуществляют разморозку, внесение новшества и заморозку ценностей. Тем не менее, важно помнить, что самоорганизованное движение добровольцев подвержено достаточно регулярным изменениям (кто-либо из участников уходит, кто-то присоединяется к движению), и поддерживать механизм, который будет регулировать сложившиеся правила, достаточно проблематично.

Касательно теории случайных трансформаций (К. Вейк, Дж. Марч, Дж. Олсен), рассмотренной в рамках труда Л. А. Бургановой и О. Ю. Юрьевой об управлении изменениями в организациях государственной службы [Бурганова, 2014: 183], неформальная структура может губительно сказаться на понимании новыми участниками происходящих в группе процессов. «Организованная анархия» может быть положительно воспринята в формально существующей структуре, в структуре же с неформально определёнными правилами, нормами, границами ответственности, новому участнику будет сложно приспособиться. Как итог: прекращение притока добровольцев и смерть структуры в долгосрочном периоде.

При неоинституциональном подходе (Дж. Мейер, Б. Роуэн) предполагается, что организация (ее члены) смотрит на другие, подобные ей, и подстраивается аналогичным образом (подражательный элемент). Изучением данного подхода занимались такие учёные, как Ваславский Я. И., Габуев С. В. [Ваславский, 2016: 65]. К сожалению, на данный момент в России не так развито гражданское общество в целом и добровольческое движение в частности, чтобы утверждать, что данный способ будет признан эффективным в работе, поскольку самих по себе добровольческих объединений не так много, а спектр проблем, в связи с которыми такие группы организовываются, достаточно широк (борьба за экологию, помощь малоимущим, спортивное, военное волонтерство и др.). По этой же причине модель «организационной экологии» [Щербина, 2016: 3230] также не будет эффективной в управлении добровольческим объединением.

Конфликтно-игровая модель (М. Круазье), подробно описанная в работе Новосадова С. А. о взгляде на модель принятия решений в организации в русле справедливости [Новосадов, 2016: 121], на взгляд автора является наиболее подходящей для управления самоорганизовавшейся группой. Суть данной модели принятия управленческих решений заключается в том, что тот актер, который способен разрешить ту или иную неопределённость в группе, получает властные полномочия (в том смысле, что получает фактическую возможность отдавать другим лицам

распоряжения о том, какую задачу и каким образом необходимо решать). При этом добровольцы, исходя из восприятия единства общей цели и солидарности движения, видя в таком лидере своего товарища, начинают выполнять его указания, несмотря на тот факт, что до этого лидера в группе был другой лидер, который также разрешал другую неопределённость. Каждый из участников стремится принести свой вклад, чтобы не остаться на обочине движения, понимая, что именно он может изменить вектор развития группы в случае, если его компетенции достаточно для такой перемены. Значимое обстоятельство, которое необходимо учесть, – это ведение «дневника» движения (кто, когда и какую задачу выполнял ранее) с целью, чтобы вновь присоединившиеся участники могли быстро интегрироваться в происходящие процессы в группе.

В рамках работы были сформулированы основные принципы, по которым необходимо осуществлять организацию добровольческого объединения с целью решения экологических вопросов местного значения и коммуникативного пространства такого сообщества. При этом в качестве оптимального способа принятия управленческих решений указана конфликтно-игровая модель М. Круазье. Данные выводы нуждаются в дальнейшем подтверждении. В исследовании было сформулировано общее видение автора, которое было сформировано в рамках использования метода включённого наблюдения в конкретной экоактивистской группе. Тем не менее, общий алгоритм осуществления самоорганизации экоактивистов в качестве начальной гипотезы можно считать заданным по итогу данной работы. Выработанный алгоритм может быть изменён в зависимости от проблемы и специфики внешней и внутренней среды вокруг той или иной экоактивистской группы по конкретной ситуации, требующей инициирование создания добровольческого объединения.

Список литературы

Батыгин Г. С. Структурный функционализм Толкотта Парсонса / Г. С. Батыгин // Вестник Российского университета дружбы народов. серия: Социология. 2003. № 4–5. С. 6–34.

Бурганова Л. А. Управление изменениями в организациях государственной службы: концептуальные основы исследования / Л. А. Бурганова, О. Ю. Юрьева // Вестник экономики, права и социологии. 2014. № 3. С. 181–185.

Ваславский Я. И. Неинституциональный подход как методологическая основа исследования электронного правительства / Я. И. Ваславский, С. В. Губаев // Вестник МГИМО Университета. 2016. № 6 (51). С. 60–75.

Вертакова Ю. В. Значение управленческого решения в различных школах управления / Ю. В. Вертакова, А. И. Мандрусова // Управленческие науки. 2020. Т. 10, № 3. С. 61–77.

Воронина Н. С. Мотивация волонтеров, участвующих в реагировании на чрезвычайные ситуации: результаты массового опроса / Н. С. Воронина, О. А. Башева // Вестник Института социологии. 2022. Т. 13, № 2. С. 65–90.

Гайворонская Т. В. Применение анализа поля сил и модели организационных изменений К. Левина для повышения эффективности реализации концепции «Бережливый ВУЗ» в студенческой среде / Т. В. Гайворонская, Л. В. Верменникова,

Е. А. Чабанец, А. А. Рыкова // Кубанский научный медицинский вестник. 2021. Т. 28, № 1. С. 152–165.

Кампа А. Перспективы структурного функционализма как методологической основы экономических исследований / А. Кампа, М. Н. Хидиятуллина // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 18 (373). С. 225–233.

Костенко Е. П. Эволюция ситуационного подхода в менеджменте / Е. П. Костенко // Государственное и муниципальное управление. Учёные записки СКАГС. 2012. № 2. С. 100–106.

Логинова Л. В. Феномен экологического активизма в перспективе социологического дискурса / Л. В. Логинова, В. В. Щепланова // Logos et praxis. 2021. Т. 20, № 3. С. 112–122.

Новосадов С. А. Современные модели принятия управленческих решений в организации: новый взгляд в русле концепции справедливости / С. А. Новосадов // Символ науки. 2016. С. 120–123.

Осипова Е. А. Коммуникативное пространство современного социума: научные подходы к пониманию и актуальные проблемы функционирования / Е. А. Осипова // Вестник адыгейского государственного университета. Серия 2: филология и искусствоведение. 2015. № 4 (168). С. 128–136.

Чилимбаева Г. А. SWOT-анализ – выявление и решение возможных проблем в процессе / Г. А. Чилимбаева // Молодой учёный. 2014. № 8–1 (67). С. 33–35.

Щербина В. В. Организационное развитие: популяционно-селекционная модель // Социология и общество: социальное неравенство и социальная справедливость (Екатеринбург, 19–21 октября 2016 года). Материалы V Всероссийского социологического конгресса / Отв. ред. В. А. Мансуров. Электрон. дан. М. : Российское общество социологов, 2016. С. 3229–3252. ISBN e978-5-904804-14-5. URL: https://www.isras.ru/index.php?page_id=1198&id=4736&printmode (дата обращения: 09.10.2022).



Галямова Камилла Ринатовна
Московский государственный
технический университет им. Н. Э. Баумана,
Москва, Россия.
kam-gal03@mail.ru

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПОТОКОВ И ЕЁ СОЦИАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Аннотация. В данной статье анализируется влияние информационного общества на процесс коммуникации, а именно какие явления, трудности и возможности для передачи информации возникают вследствие цифровизации. Объектом исследования являются коммуникация в информационном обществе и её особенности. Предметом исследования являются социальные последствия цифровизации процесса передачи информации.

Ключевые слова: цифровое общество, коммуникация, передача информации, социальные последствия

Galyamova Kamilla R.
Bauman Moscow State Technical University,
Moscow, Russia.
kam-gal03@mail.ru

DIGITALIZATION OF COMMUNICATION FLOWS AND ITS SOCIAL CONSEQUENCES

Abstract. This article analyzes the influence of the information society on the communication process, namely, what phenomena arise, difficulties and opportunities for information transmission arise as a result of digitalization. The object of the study is communication in the information society and its features. The subject of the study is the social consequences of digitalization of the information transmission process.

Keywords: digital society; communication, information transfer, social consequences

Переход к информационному обществу привнёс в нашу повседневную и профессиональную жизнь множество изменений. Появившиеся новые технологии позволяют повысить работоспособность человека, сделать интереснее и разнообразнее проведение досуга, а также развить различные навыки людей. Новые процессы, характерные для этого общества, вынуждают человека менять нормы, ценности, а главное, ритм жизни. Многие функции, которые ранее выполнял сам человек, теперь принадлежат технологиям.

В информационном обществе индивид начинает потреблять гораздо больше информации, зачастую не задумываясь о её достоверности и о том, нужна ли она ему вообще. «Информационное общество стали называть обществом знаний, постиндустриальным обществом или инфосферой» [Маркина, 2014]. Кроме того, новые технологии вторгаются в экономику, политику, социальную, а самое главное, в духовную сферу жизнедеятельности человека. Инновационные разработки стирают границы между людьми, нивелируя их индивидуальность и приближая их друг к другу. Буквально вся информация теперь находится в открытом доступе, что также повышает

эффективность происходящих в обществе процессов, поскольку интернет повышает его мобильность.

Не вызывает сомнения тот факт, что с развитием процессов информатизации и цифровизации стиль и способы общения между людьми претерпевают существенные изменения. Люди получают доступ к большому количеству возможностей для осуществления различного рода коммуникации. Теперь, чтобы связаться с другом, членом семьи, деловым партнёром, достаточно включить свой смартфон и отправить нужное сообщение. Мы можем быстро связаться с человеком, живущим на другом конце света, что в разы сокращает существующую между нами дистанцию. Нет никаких преград, чтобы совершить видеозвонок и увидеть своего друга. Большое количество мессенджеров делают нашу жизнь гораздо более увлекательной, они позволяют нам не только написать сообщение, но и отправить фото, видео, поделиться понравившейся статьёй на сайте. Возникают новые формы и способы, благодаря которым людям кажется, что они становятся гораздо ближе друг к другу.

Сегодня абсолютно нет никакой необходимости писать письма вручную, отправлять их по почте и думать о том, дошло ли оно до адресата. Вся необходимая для передачи информация теперь легко «добирается» до собеседника в удобной для обеих формах.

Если у вас возникает потребность в том, чтобы связаться со своим другом, который находится далеко от вас, то, воспользовавшись любым удобным мессенджером, можно с большой лёгкостью это сделать. Удобный формат отправки сообщений помогает нам совмещать коммуникацию и быстрый темп жизни. Сообщения, которые мы отправляем получателю, достаточно краткие, но очень содержательные, тогда как даже разговор по телефону может не быть таким информативным и удобным в определённый момент времени.

Что касается лёгкости выстраивания диалога в информационном мире, то тут можно порассуждать на тему того, что доступные человеку возможности для передачи информации просты в использовании: даже маленький ребёнок без труда может совершить видеозвонок, написать короткое сообщение. Безусловно, говоря о внешней лёгкости, нельзя не упомянуть, что все мессенджеры, сервисы с электронной почтой и другие являются бесплатными, а некоторые даже работают без интернета, что способствует возможности быстро установить контакт с собеседником.

Также стоит упомянуть удобство общения в постиндустриальном мире. Так, например, любое сообщение можно без труда отредактировать в любой момент, удалить, если оно было отправлено по ошибке, переслать другому человеку, сохранить на своём устройстве и в удобный вам момент его просмотреть.

Однако, несмотря на всё перечисленные преимущества и возможности, с приходом в нашу жизнь информационных технологий возникла проблема выстраивания диалога, причиной тому становятся процессы, происходящие в постиндустриальном обществе.

В эпоху информатизации и цифровизации человеку, в особенности молодому, становится невероятно тяжело начинать диалог во время живого общения. Безусловно, это во многом происходит из-за постоянного развития и усовершенствования технологий. Подросткам гораздо проще напечатать сообщение, нежели встретиться

или хотя бы просто поговорить по телефону. Конечно же, не все люди такие, есть и те, кто не воспринимает онлайн общение как что-то серьёзное. Однако факт остаётся фактом, у человека возникают серьёзные трудности при налаживании реального диалога, а живое, непосредственное общение для многих превращается в глобальную проблему.

Люди перестают вкладывать в диалог свои эмоции, ограничиваясь лишь простым обменом информацией. И это не связано с тем, что люди, живущие в информационном мире, более чёткие по сравнению со своими предшественниками, просто, как правило, диалог происходит в спешке или в исключительно рабочей обстановке, когда совсем нет желания вступать в эмоциональную связь с собеседником и тратить свою энергию, или всё гораздо проще: диалог происходит в интернет-пространстве, где практически невозможно вложить в коммуникацию эмоциональный аспект. При общении в онлайн формате не совсем понятно, какое настроение у человека, что он чувствует, что затрудняет диалог. Не стоит забывать и о том, что с усилением процессов глобализации увеличилось количество социальных связей, и это также является причиной поверхностного диалога.

Инфосфера, сформировавшаяся в результате изменения устройства общества после наступления постиндустриальной эпохи, вносит свои коррективы в процесс взаимодействия между людьми. Технологии, появившиеся в эпоху постиндустриального мира, в корне меняют наше представление о коммуникации. Развитие коммуникативных технологий коренным образом меняют природу социального диалога. Ежедневно нам приходится вступать во всё в новые и новые контакты с окружающими, мы также получаем большое количество информации посредством радио- и телевизионных программ, интернет-источников, рекламных стендов на улице, следствием этого является перегруженность нашего мозга, который просто не успевает справляться с таким потоком данных.

Как уже говорилось ранее, ежедневно мы сталкиваемся с огромнейшим потоком информации. Однако наш разум не способен обрабатывать такой объём. «Следствие данной тенденции – информационный аутизм. На языке психологии, данный феномен описывается как крайняя форма и состояние психологического отчуждения» [Ланина, 2014].

Находясь в этом состоянии, человек начинает жадно потреблять информацию. Иногда такие люди идут по головам в попытках стать лучше, умнее, конкурентоспособнее. Казалось бы, подобное стремление к получению сведений, можно рассматривать как положительное качество, поскольку уровень информированности людей становится более широким (хотя и менее глубоким). Однако средства достижения поставленной цели вызывают сомнения, ведь есть и такие, кто готов подставить своего коллегу по работе, манипулировать чувствами других, использовать людей как средство для получения желаемого, что вызывает ужас, так как встаёт вопрос – каковы моральные нормы и ценности подобных индивидов. «Создаётся впечатление, что общение – это не диалог уважающих друг друга людей, а состязание, цель которого – выиграть, стать хозяином положения» [Ёлшина, 2009: 42].

Обобщая предыдущие рассуждения, мы приходим к выводу, что коммуникация так же, как и само общество, подвергается серьёзному изменению в инфосфере. Благодаря новейшим гаджетам, Интернету и прочим технологиям, созданным в постиндустриальном мире, гораздо легче передать информацию человеку, находящемуся не то что в другом городе, а на другом континенте. Это свидетельствует об установлении прочных связей между людьми и более комфортном и невероятно быстром их взаимодействии. Коммуникация становится массовой, так как появляются новые возможности двустороннего обмена информацией, сети Интернет-пространства упрощают процесс поиска необходимых сведений для последующего их использования в коммуникации.

Важно использовать новые технологии себе во благо, а не только для развлечений. Если вы понимаете, что становится трудно выстраивать диалог с людьми, попробуйте посмотреть различные видео, которые помогут вам расширить кругозор, не бойтесь практиковаться, знакомясь с новыми людьми, даже если у вас это вызывает дискомфорт, поскольку чем чаще вы находитесь в ситуации, когда вы абсолютно не знаете, чем увлекается ваш собеседник, какой у него статус и другие важные факторы, тем проще вам будет коммуницировать с окружающими в дальнейшем.

Список литературы

Ёлшина Т. А. Речевая коммуникация в деловых отношениях: Учебно-методическое пособие / Т. А. Ёлшина. Кострома: Изд-во Костромского государственного технологического университета, 2009. 99 с.

Ланина Т. М. Коммуникация в информационном обществе: трудности диалога / Т. М. Ланина // Молодой учёный: электронный журнал. 11 ноября 2009. URL: <https://moluch.ru/archive/11/786/> (дата обращения: 08.10.2022).

Маркина Ю. В. Трансформация понятия «информационное общество» / Ю. В. Маркина // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 2. URL: <https://human.snauka.ru/2014/02/5896> (дата обращения: 07.10.2022).



Гезалов Ариз Авяз оглы
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
arizkam@mail.ru

СОЦИАЛЬНОЕ КОММУНИКАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК ПОЛЕ ДИАЛОГА КУЛЬТУР

Аннотация. В статье рассматривается вопрос диалога культур, который может быть реализован между культурами и индивидами на уровне социального общения. Диалог между культурами осуществляется как символическая коммуникация и заключается в раскрытии смысла и значения одной культуры для другой. В общих чертах раскрыто понятие знаково-символической сущности культуры и её смысла, преобладания в культурном общении интегративных языковых тенденций. Уделяется внимание изменившимся формам коммуникации в условиях научно-технического прогресса.

Ключевые слова: культура, язык, коммуникация, социальное пространство, символ, знак, общение, диалог культур

Gezalov Ariz A.
Institute of Sociology of FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
arizkam@mail.ru

SOCIAL COMMUNICATION SPACE AS A FIELD OF DIALOGUE OF CULTURES

Abstract. The article discusses the issue of dialogue of cultures, which can be realized between cultures and individuals at the level of social communication. Dialogue between cultures is carried out as symbolic communication and consists in revealing meaning and significance of one culture for another. The concept of symbolic essence of culture and its meaning, predominance of integrative linguistic tendencies in cultural communication are revealed in general terms. Attention is paid to changed forms of communication in the conditions of scientific and technological progress.

Keywords: culture, language, communication, social space, symbol, sign, dialogue of cultures

История развития человеческого общества представляет собой определённый диалог. Диалог постоянно сопровождает всё наше существование. Он служит способом реализации коммуникативных связей, обстоятельством взаимного понимания людей. Диалог и культурное взаимодействие являются в большей степени подходящим началом для формирования межэтнических, межнациональных связей. И, напротив, если общество испытывает межэтническую напряжённость или имеет межэтнические конфликты, то в таких условиях культурный диалог осложняется, взаимопонимание культур ограничено рамками на фоне межэтнического напряжения народов, представителей данных культур [Руденко, 2017: 166–168].

Диалог как форма общения пронизывает всю нашу жизнь. Он является по своей действительности средством осуществления коммуникационных связей, условием взаимопонимания людей. Взаимодействие культур, их диалог – наиболее благоприятная основа для развития межэтнических, межнациональных и

межличностных отношений. Поскольку, «общаясь, люди создают друг друга» (Д. С. Лихачёв), диалог культур развивает и различные культуры. Культура сама диалогична и предполагает диалог культур. Культура живёт в диалоге, в том числе – в диалоге культур, который обогащает их взаимодействие. Диалог культур в человеческой истории неизбежен, поскольку культура не может развиваться обособленно, она должна обогащаться за счёт других культур. Диалог необходим каждой культуре и для осознания своей уникальности, как условие самосохранения человечества. И поэтому социальное коммуникационное пространство как поле взаимодействия играет огромную роль при диалоге культур [Гезалов, 2009; Меликов, 2014: 24–34; Меликов, 2015: 210–215; Культура...2022].

А что представляет собой «социальная коммуникация»?

Социальная коммуникация занимает особое место в жизни современного общества и каждого человека. С ней прямо или опосредованно связаны практически все коммуникативные сферы.

Социальная коммуникация – это процесс обмена информацией между системами.

Человеческая способность к общению во времени и пространстве чрезвычайно расширилась с приобретением письменности, печати, электронной связи – телеграфа, телефона, радио и средств массовой коммуникации, а также механизации транспорта.

Социальная коммуникация – это сложное общественное явление, включающее в себя совокупность идей, теорий, отношений, организаций и учреждений.

Социальная коммуникация является предметом социологии коммуникации – передачи и получения смысловой и оценочной информации и в плане воздействия на их отношение к социальным ценностям данного общества и социума в целом.

Социальная коммуникация в обществе является неотъемлемой частью социальной реальности, т. к. именно с помощью коммуникации осуществляется пространственно-временная связь между отдельными социальными явлениями, из которых реальность состоит.

Человек не может существовать без общения с себе подобными. Это – одна из аксиом коммуникации. Ведь у человеческого поведения нет альтернативы, так как человек не может себя никак не вести. Даже находясь в одиночестве, человек ведёт себя соответствующим образом. Любое поведение в ситуации интеракции имеет характер сообщения, то есть является коммуникацией. Отсюда следует, что как бы человек ни старался, он не сможет не общаться. Деятельность и бездействие, слова или молчание – всё это имеет ценность сообщения: они оказывают влияние на других, и эти другие в свою очередь не могут не ответить на эти послания и, таким образом, сами общаются.

Итак, социальную коммуникацию в обществе можно рассматривать как форму деятельности, осуществляемую людьми, которая проявляется в обмене информацией, взаимовлиянии, взаимопереживании и взаимопонимании партнёров. Она характеризует общение как двухстороннюю деятельность людей, предполагающую взаимосвязь между ними, сопереживание и обмен эмоциями.

Следует отметить, что именно человек, являясь элементом культуры, проявляет себя в разнообразных аспектах системы общества. Культуру в данном контексте можно определить как своеобразную форму бытия человека, которая понимается как «вторая

природа», которая создана человеком. Но создание какого-либо продукта для человека возможно только путём использования и преобразования природы. Осуществляя культурную деятельность, человек преобразует природу в соответствии с собственными духовными потребностями, реализуя таким способом свою духовную суть. Следовательно, человечество постоянно расширяет и пополняет мир культуры, осуществляя возрастающие духовные нужды человека. Следуя данному тезису, вероятны всевозможные модели культуры. Общим для большего числа из них становится признание того, что основным элементом культуры становится целенаправленная деятельность человека.

Рассматривая культуру как систему, необходимо отметить, что основным её свойством является форма организации отношений людей. С помощью данного способа связи среди локальных подсистем, отдельных культур, индивидов в одной культуре, в межкультурном общении, а также среди культур разных времён обеспечиваются посредством коммуникации.

Культуру в основном понимают как коммуникацию, поэтому она осуществляется в виде диалога индивидов и культур, которые являются её носителями. Рассматривая социальную природу человека, нужно сказать, что он может взаимодействовать с представителями различных культур, он постоянно выступает от имени собственного культурного сообщества, в условиях которого протекало его формирование как личности [Руденко, 2017: 166–168].

Как говорил Ю. М. Лотман, язык является структурной единицей, которая обслуживает социальное общение [Лотман, 2000: 275]. То есть эта единица создаёт систему знаков, которые употребляются по принятым правилам, известным только участникам определённого коллектива. Знаками можно назвать всякий материальный предмет, явление или событие, которое обладает каким-либо значением, поэтому знаки служат средствами передачи информации. *Рассматривая культуру как систему, можно обнаружить коммуникационную и символическую природу культуры.* Первое понятие уже было в некоторой степени рассмотрено, когда мы говорили о понятии «культуры» как о форме коммуникации. Анализируя последствия научно-технического прогресса, необходимо отметить изменения, произошедшие в формах и способах коммуникации в современном обществе.

Символическая природа культуры подразумевает то, что каждое явление может стать объектом культуры, если оно приобретёт какое-либо значение, зависящее от того, является ли он частью соответствующей системы культурных отношений. Таким образом, предмет является символом, смысл которого можно интерпретировать в результате интеллектуальных усилий. В различных формах для символа возможно и характерно вместе с тем являться средством для утилитарного применения или совершенно изолироваться от непосредственной функции. К примеру, небольшая, специально предназначенная для парадов шпага не использовалась на практике, а только являлась отображением оружия, а не самим оружием.

Следовательно, диалог между культурами происходит по типу символической коммуникации. Его назначение – в передаче сущности и значения одной культуры для другой, то есть передача информации, которая выражена символами, наделёнными определённым смыслом и значимостью. В соответствии такого понимания, к культуре

можно отнести все, что в пределах символической коммуникации закреплено в виде системы знаков.

Каждая знаковая система обладает культурным значением и смыслом. Ю. М. Лотман говорил, что «вечное носит одежду времени», этой «одеждой» для культуры является её проявление, которое можно наблюдать и в быту. Поэтому постижение иной культуры возможно только с помощью глубокого проникновения на её различные уровни, своеобразного вживания в неё. Мы не сможем понять, например, культуру прошедших времён, мысленно «не примерив» на себя черты, которыми обладал человек той культуры. «Манера поведения навязывается нам вещами, поскольку они имеют определённый культурный контекст». Опорой культуры являются традиции, но, как отметил Ю. М. Лотман, отдельные из них современному человеку кажутся бесполезными и излишними. В данном смысле культура выполняет функцию хранения информации и человеческой памяти [Лотман, 2000: 306].

Знаковая культурная система является целостной, поэтому очень легко распознать смысл. Она реализуется для нас в виде текста. Итак, диалог культур не является обменом знаками в их первоначальной форме, это передача культурами друг другу смысла (текста). Мы понимаем текст как обширное образование, нечто большее, чем просто группа знаков того или иного языка. Справедливо отметил М.М. Бахтин, что любая система знаков (то есть любой язык) неизменно может иметь расшифровку, т. е. способна переводиться на другие знаковые системы (другие языки). Текст же, по сравнению с языком как системой средств, не способен быть переведённым до конца из-за того, что нет потенциального единственного текста текстов [Бахтин, 1979: 300–301].

Действительная суть текста всегда развивается на стыке двух сознаний, субъектов. Каждую систему культуры мы воспринимаем целостным смысловым единством. С долей относительности мы можем говорить, что любая культура является текстом, а фрагменты культуры являются цитатами из данного текста. Смыслообразующим началом в нём является система текстов, то есть культура полностью. Коммуникационное взаимодействие между культурами понимается как рубеж двух субъектов или сознаний. Данный диалог проявляется в специальном коммуникативном поле, с помощью которого культуры взаимопроникают и открываются друг для друга. При отсутствии такого коммуникационного пространства или поля взаимодействие культур может стать неосуществимым, а культура может закрыться от постижения её смысла, как уже было с отдельными культурами. Культурный диалог у таких культур происходит намного позже. На субъективном уровне это говорит о том, что значение знаковой системы иной культуры являлось недоступным для её познания, а стремления познания без диалога приводили только к толкованию, то есть добавлению в него мотивов и значений своей культуры.

Общее коммуникационное пространство, то есть пространство на основе одного языка, может быть создано искусственным путём. В этом пространстве некоторые культуры приобретут дополнительный импульс для диалога, но в действительности это не является истинным. Главным образом данная ситуация может являться возможной только как абстрактная теоретическая модель, которая предполагает абсолютную идентичность передающего и принимающего, она переходит на языковую реальность. Итак, тождественность представителей различных культур не является возможной.

Конечно, технически мы сможем перекодировать язык по воспринимающей системе, только данное образование будет являться тождественным языку исключительно по форме и структуре. Собственно, на этом основании пытаются создать искусственные языки, так же и для межличностного общения (типа эсперанто), которые являются неспособными передать смысловые оттенки разных культур. История не подразумевается кодом. Язык мы неосознанно представляем в исторической протяжённости существования. Язык – это объединение кода и истории.

Складывается парадоксальная ситуация. Для диалога культур требуется единое коммуникационное пространство, которое основано на принятых обществом кодах культур, а в идеале оно должно быть основано на одном языке, а если в глобальном масштабе, то на своеобразном языке языков, то есть метаязыке. Однако невозможно осуществить такое идеальное коммуникационное пространство с одновременно сохранённым богатым конкретно-историческим и этническим культурным содержанием. Кроме того, совпадающий культурный языковой пласт является очень бедным количественно и содержательно, потому что он основан на семантической идентичности, то есть на одинаковых смыслах и значениях культур. Это возможно показать на идеализированном примере двух полностью одинаковых культур, которые представляют тождество с полным совпадением смыслов и значений. Диалог между данными культурами тривиален.

Следовательно, диалог культур можно рассматривать как своеобразное пересечение, тождество, где область пересечения (тождества) небольшая, а область непересекаемого огромная. Тогда область тождества является только предпосылкой для проникновения в область нетождественного, неизвестного для проникающей культуры, а нетривиального и интересного. Ценность диалога с передачей информации – между непересекающимися частями, а не с пересекающей частью. Это вызывает неразрешимое противоречие: нас интересует лишь общение с той ситуацией, которая вызывает трудности в общении или делает его невозможным. Культура обогащается новыми смыслами и новыми ценностями только с помощью познания области несовпадения (изначального непонимания). Общение, конечно, затрудняется, а в итоге культура становится невозможной для познания другой в абсолютном смысле [Лотман, 1994: 187].

Исходя из этого, можно сделать вывод, что диалог культур есть не что иное, как познание чуждой культуры через собственную, а своей – через другую. Это возможно благодаря интерпретации и адаптации этих культур друг к другу при принципиальном смысловом несовпадении их основных частей. Лишь в данной ситуации культуры способны взаимообогащать друг друга, а язык выступает не в виде средства перебрасывания информации, а в качестве средства культурного общения.

Данная ситуация изменяется современными формами коммуникации, и в культурном диалоге доминируют интегративные языковые установки. В результате можно наблюдать тенденцию на преобладание отдельного языка (например, английского), который больше остальных способен к господству в данных политических, научно-технических и прочих ситуациях. Общество постепенно переходит на язык господствующих государств. В результате этого становится возможной угроза появления «псевдокультурного» поля общения, где диалог происходит с помощью усвоения более доступных, совпадающих или практически

совпадающих смысловых структур. В данном коммуникативном пространстве наблюдается господство общих стереотипов, общих оценок, общих параметров требуемого поведения, а также наличие общедоступных, то есть упрощённых компонентов. Конечно, это связано с большим количеством удобств, но наряду с этим делает диалог культур лишённым любого значения.

В заключение хочу отметить, что сегодня меняются коммуникационные возможности человека и социума, обуславливая пространственно-временное сжатие и благодаря процессу постглобализации (который, на мой взгляд уже наступил!) возрастает международный диалог культур. Постглобализация должна усиливать взаимопонимание между народами, позволяет им увидеть общее и различное между разнообразными культурами, осознать своё место в глобальной мировой культуре. Тенденция к расширению культурных обменов и контактов между странами, народами, этносами уравнивается их стремлением к сохранению культурной самобытности. Становясь всё более единым, человечество сохраняет своё культурное многообразие.

Список литературы

Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. М. : Искусство, 1979. 416 с.

Гезалов Ариз Авяз оглы. Трансформация общества в эпоху глобализации (социально-философский анализ) / Ариз Авяз Гезалов. М. : «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2009.

Культура диалога культур в глобализирующемся мире / Науч. ред. Ф. С. Файзуллин, И. Р. Мамедзаде, И. М. Меликов, А. А. Гезалов. Москва : «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2022. 520 с.

Культура диалога культур: постановка и грани проблемы / Отв. ред. И. М. Меликов, А. А. Гезалов. М. : Канон+ РООИ «Реабилитация», 2016.

Лотман Ю. М. Беседы о русской культуре / Ю. М. Лотман. СПб. : 1994. 201 с.

Лотман Ю. М. Семиосфера. Культура и взрыв / Ю. М. Лотман. СПб. : Искусство-СПб, 2000. 704 с.

Меликов И. М. Диалог культур и культура диалога: концептуальные основы / И. М. Меликов, А. А. Гезалов // Вопросы философии. 2014. № 12. С. 24–34.

Меликов И. М. Культура диалога культур (обзор международной научной конференции) основы / И. М. Меликов, А. А. Гезалов // Вопросы философии. 2015. № 11. С. 210–215.

Руденко А. М. Социальное коммуникационное пространство как условие эффективности диалога культур / А. М. Руденко, М. М. Шубина // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2017. № 8 (82). С. 166–168.

EDN: MRLJRO



Градосельская Галина Витальевна,
Российский Государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия.
mss981009@mail.ru

СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ В ИЗМЕНЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ: ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СЕТЕВОГО КАРТИРОВАНИЯ РОССИЙСКИХ УЧЁНЫХ-ГУМАНИТАРИЕВ

Аннотация. Молодые учёные-гуманитарии являются основными посредниками, распространяющими свои приоритеты на другие молодёжные, социально и политически активные группы, формирующие их. Изменяя ценностные установки и практики групп учёных-гуманитариев, можно изменять практики широкого спектра групп-реципиентов, связанных с ними. Таким образом, со временем можно получить изменения некоторых социальных институтов. Проведено подробное картирование групп российских учёных-гуманитариев в социальной сети ВКонтакте. Использовался наш авторский метод зернового приращения. В результате приращения были получены 1 500 групп учёных-гуманитариев и 13 000 связанных групп, характеризующих их пристрастия в литературе, хобби, образе жизни. Также анализировались опубликованные тексты, через которые и реализовались формирующие практики.

Ключевые слова: картирование в социальных сетях, научные сети, ВКонтакте, mapping social networks

Gradoselskaya Galina V.
Russian State Humanities University,
Moscow, Russia.
mss981009@mail.ru

SOCIOLOGICAL THEORY IN CHANGING SOCIAL INSTITUTIONS: BASED ON THE RESULTS OF NETWORK MAPPING OF RUSSIAN HUMANITARIAN SCIENTISTS

Abstract. Young humanities scholars are the main intermediaries who extend their priorities to other youth, socially and politically active groups that form them. By changing the values and practices of groups of humanities scholars, it is possible to change the practices of a wide range of recipient groups associated with them. Thus, over time, it is possible to obtain changes in some social institutions. A detailed mapping of groups of Russian humanities scientists was carried out in the social network VKontakte. Our author's method of grain increment was used. As a result of the increment, 1,500 groups of scientific humanitarians and 13,000 related groups characterizing their preferences in literature, hobbies, and lifestyle were obtained. Published texts were also analyzed, through which the formative practices were implemented.

Keywords: mapping in social networks, scientific networks, VKontakte, mapping social networks

Введение

Исследуя молодых российских учёных-гуманитариев, мы сочетали теоретический и прикладной подходы. Мы основывались на социологической теории – активистской парадигме, которая рассматривает механизмы глобальных социальных изменений (прежде всего, социальных институтов) через изменения практик отдельных акторов. По результатам наших предыдущих исследований, молодые учёные-гуманитарии являются основными посредниками, распространяющими свои идеалы, ценности на другие молодёжные, социально и политически активные группы,

формирующие их практики. Изменяя ценностные установки и практики групп учёных-гуманитариев, можно изменять практики широкого спектра групп-реципиентов, связанных с ними. Таким образом, со временем, можно получить изменения некоторых социальных институтов, формальных и неформальных.

Для понимания спектра научных и социальных интересов нами было проведено подробное картирование групп российских учёных-гуманитариев в социальной сети ВКонтакте. Использовался наш авторский метод зернового приращения. В результате приращения были получены 1 500 групп учёных-гуманитариев. Из 1500 групп были выделены ядерные группы, структурно находящиеся в центре сети и посвящённые обсуждению непосредственно научной тематики – 261 группа. Из этих групп потом выгружались тексты, файлы, анализировались речевые маркеры и т. п. Также было получено расширение в 13 000 сопутствующих групп, характеризующих пристрастия учёных в литературе, хобби, образе жизни.

Также было проведено дополнительное расширение контекста через ссылки в публикациях групп учёных-гуманитариев. Через т.н. «боковые ссылки» было получено дополнительно 19 000 групп, которые демонстрировали сопутствующие интересы учёных, их увлечения, хобби, источники информации. Для понимания доминирующих философских, социальных, экономических и политических идей были скачаны 84 000 файлов книг, литературы, ссылки на которые появлялись в группах учёных-гуманитариев за последние два года до момента исследования (2019–2021 годы).

Помимо этого, были проанализированы тексты публикаций в группах учёных-гуманитариев за два года, предшествующие исследованию. Были получены 23 000 слов (токенов), которые оказалось возможным содержательно проинтерпретировать. Из них получены списки имён собственных: имён учёных, философов, литераторов, и общественных деятелей – российского и мирового уровня. Также попались имена современников, авторитетных в среде молодой российской интеллигенции. Помимо имён собственных, были получены наиболее распространённые теории, идеологемы, ценностные качества и пр. содержательные характеристики.

По итогам исследования были сделаны выводы о доминирующих в среде молодых учёных-гуманитариев практиках, теориях, идеях и степени их распространения в смежных социальных группах. Также оказалось возможным сделать выводы о социальных институтах, претерпевающих изменения, и механизмах их изменения.

Учёные гуманитарии как агенты социальных изменений

Наиболее уязвимыми объектами изменения социальной реальности являются ключевые социальные институты: государство, социальные группы и страты, семья, образование и т. п. Лучшее всего изменение социальных институтов объясняют авторы-теоретики т.н. «активистской парадигмы», получившей распространение в 70х-90х гг. прошлого века.

Носителями социологических теорий, распространяющих их в элитах целевых стран воздействия, являются учёные-гуманитарии. Отсутствие национальных теорий способствует импорту чужих теорий и вытеснение акторов и институтов в нишу, предписанную чужими теориями. Доминирование социологических теорий – как структуры концептов и ценностей, транслируемых из-за рубежа, обосновывается в

статье Радаева В. В. «Есть ли шанс создать национальную теорию в социальных науках?». Статья была опубликована в 2000 году, но отношение к социальным концепциям с тех пор не изменилась.

Анализ социологических теорий в рамках проекта предоставляет возможности выявления базовых инструментов изменения социальной реальности через изменения институтов.

Для того чтобы понять структуру воздействия теорий на социальную ткань общества, необходимо подробнее рассмотреть сами социологические теории и их изменяющееся позиционирование на протяжении последних 70 лет. Поэтому мы придерживаемся инструменталистского подхода к рассмотрению социологических теорий: рассматриваем теории как эволюционную цепочку взглядов на общество и роль учёных в его познании.

Роль социологических теорий со временем мигрировала от позитивистского подхода и попыток объяснить социальную реальность, к роли инструмента, конструирующего общество (в постмодернистских теориях).

В 1960е годы в социальных науках доминировал структурный функционализм – рассмотрение общества как системы институтов. Однако последовавшая по всему миру череда революций, разрушение институтов и целых государств показала ограниченность этой теории.

На смену пришла новая социологическая теория: активистская парадигма, объясняющая дефрагментацию институтов через индивидов (акторов) и их практики (габитусы). В русле этой теории работали П. Бурдьё, Э. Гидденс, П. Штомпка и другие.

Параллельно с активистской парадигмой развивался и сетевой анализ, как методология исследования и затем проектирования среды взаимодействия акторов. В этом смысле сетевой подход можно считать инструменталистским основанием активистской парадигмы.

Со временем на первое место выходит роль текстов – прежде всего за счёт распространения англо-саксонской письменной культуры практически во всех областях: образовании, науке, культуре и т. п. Практически все социальные коммуникации опосредуются через текстовые носители. Сначала это были традиционные СМИ, затем социальные сети. Поэтому на первое место в социальных науках выходит постмодернизм, рассматривающий управление текстами (контентом) как опосредующей средой взаимодействия индивидов. При этом фокус исследований смещается с изучения социальной реальности на её отражение в текстах.

В свете распространения постмодернизма становится понятным, почему по результатам нашего исследования ключевыми именами в обиходе учёных-гуманитариев становятся Лавкрафт, Ницше, Гитлер, Хайдеггер, Фуко, Сартр и пр.

Постмодернистские подходы дали прикладные ответвления, переводящие в социальную плоскость движения – экоактивизм, урбанистика, феминизм и прочие, которые активно проявляются в группах социального окружения учёных в нашем исследовании.

Учёных-гуманитариев можно рассматривать как трансляторов социологических теорий и одновременно – как агентов их легитимации в целевых аудиториях. Наиболее точно эту ситуацию описывает П. Бурдьё в своей работе «Начала»: «Агенты,

состоящие... в поле символического манипулирования, могут сообща осуществлять **символическое действие**: это люди, которые стремятся манипулировать мировоззрениями (и через это **изменять практики**), **манипулируя структурой восприятия мира** (как природного, так и социального), **манипулируя словами** и, через них, принципами построения социальной действительности...» [Бурдьё, 1994: 150].

Практики и модели их продвигаются опосредованно через контент, распространяемый по социальным сетям. Обращаем особое внимание, на термин «контент», поскольку смыслы можно распространять не только через тексты. Дополнительным результатом нашего исследования стало выявление большей части контента, который не является текстовым: это т.н. «мемы», видеоконтент и аудиоконтент (т.н. «подкасты»). Таким образом, повышается значимость on-line социальных сетей как технических средств трансляции смыслов, их адаптации для широкого круга пользователей (целевых аудиторий). Сетевой анализ в этой ситуации остаётся важным инструментальным подходом, поскольку органично сочетает исследование связей с их контекстной средой.

Однако ведущая роль текстов в распространении смыслов сохраняется. Для анализа текстового контента были выгружены все публикации ядра (261 группа) учёных-гуманитариев, проведённые за два года, предшествующие исследованию (2019–2021 годы). Был проведён частотный анализ использованных речевых маркеров и их экспертная типологизация. Особое значение имеет ранжирование имён собственных.

Ниже, в таблице 1, показаны имена собственные, наиболее часто упоминающихся в публикациях групп учёных-гуманитариев за последние два года. Включались упоминания в текстах, названиях файлов и ссылках.

Таблица 1. Имена собственные, наиболее часто упоминающихся в публикациях групп учёных-гуманитариев за 2019–2021 гг.

№	Слово нормализованное (имя собственное)	Частота встречаемости в корпусе
1	lovecraft	4834
2	Ницше	4585
3	Хайдеггер	4468
4	Сталин	4292
5	Платон	4263
6	Достоевский	4079
7	Христос	4009
8	Ленин	3912
9	Пушкин	3703
10	Аристотель	3247
11	Фрейд	2694
12	Маркс	2508
13	Сократ	2435
14	Наполеон	2428
15	Гегель	2071
16	Лавкрафт	1995
17	марксизм	1982
18	Фуко	1878
19	Цезарь	1852

20	Набоков	1823
----	---------	------

Можно сгруппировать имена по разным категориям, несущим определённую смысловую и проектирующую функцию:

- Формирующие мировоззрение: Лавкрафт (Lovecraft), Фрейд, Маркс, марксизм;
- Исторические: Сталин, Христос, Ленин, Наполеон, Цезарь, Македонский;
- Философские: Ницше, Хайдеггер, Платон, Аристотель, Сократ, Гегель, Сартр, Делез, Фромм;
- Русская литература: Достоевский, Пушкин, Набоков, Гоголь, Бунин, Булгаков, Ахматова;
- Современники: Навальный, Дугин, Другая Россия Э. Лимонова.

Популярностью Лавкрафта можно объяснить обилие депрессивных групп в окружении ядра учёных-гуманитариев. Упоминание современных политических деятелей также показывает приоритеты и ценностные ориентиры учёных-гуманитариев в России.

Картирование учёных-гуманитариев

Картирование групп учёных-гуманитариев было проведено методом зерновой кластеризации. Для получения структуры из первичных данных on-line сети ВКонтакте использовался наш авторский метод. Основные принципы метода и этапы его практической реализации описаны в наших публикациях [Градосельская, 2019; Gradoselskaya, 2020 и др.].

Из 50 групп учёных-гуманитариев социальной сети ВКонтакте, отобранных экспертно на нулевом (зерновом) этапе, в результате нескольких итераций приращения было получено 1 500 групп. Связями являлись пользователи – совместные участники между группами. После заполнения матриц смежности была проведена визуализация картирования учёных-гуманитариев. Отбор групп для визуализации проводился последовательным повышением порогового уровня связей. Для визуализации было использовано программное обеспечение ORA.

Для итогового картирования были отобраны 567 групп с пороговым значением связей в 5 000 совместных подписчиков. Результаты картирования показаны ниже на рисунке 1.



Рис. 1. Визуализация групп учёных-гуманитариев, по совместным подписчикам, пороговый уровень 10000 совместных подписчиков, 401 группа

При рассмотрении структуры выделяются три подгруппы. В центре – группы, полученные через зерновое приращение и характеризующие научную активность. Слева – группы, полученные через боковые ссылки, они показывают распространение научных сетей в регионах, а также группы окружения, которые характеризуют интересы учёных-гуманитариев. Справа – группы, которые демонстрируют социальную и политическую активность.

Таким образом, группы учёных-гуманитариев занимают посредничающую позицию между группами, распространяющими повседневные практики в разных целевых аудиториях, и группами политической активности.

Картирование групп учёных-гуманитариев и федеральных групп дают эмпирические данные, иллюстрирующие отношение к формальным и неформальным институтам, а также непредвиденные результаты для отдельного анализа. Основными результатами картирования групп учёных-гуманитариев являются следующие:

- Большое значение при картировании групп учёных гуманитариев имеют группы по направлению: музыка, искусство, фотография, кино – этот дополнительный контент служит фоном и проводником эмоционально-психологического содержания в целевых аудиториях;
- Общий уровень групп эмоционально-психологического сопровождения – негативный, депрессивный, социопатический;
- Проведена типологизация групп федерального картирования: оппозиция, националистические, антигосударственные, антипутинские, исламистские, пронавальнистские, студенческие, изменение сознания и пр.;
- Значительную часть в картировании занимают манипулятивные группы, влияющие на изменения сознания и пр.

Непредвиденными результатами картирования групп учёных-гуманитариев стали:

- Группы «информационного минирования» среди учёных составляют 20%, что в 4 раза больше средних показателей среди политических групп. Информационное минирование – это создание запасных, пока не задействованных групп, которые создаются заблаговременно на случай закрытия основных ресурсов;
- Наличие большого блока исламистских групп среди групп федеральной оппозиции – потенциальный социальный базис для деструктивных действий;
- Группы учёных-гуманитариев и федеральных политических групп частично совпали при картировании: опосредуется прямая связь между теоретическим обоснованием и непосредственным социальным действием;
- Большая часть контента имеет нетекстовый характер (фото, картинки, в том числе видеоролики и аудио – т.н. «подкасты»). Также распространены «мемы», где тексты заключены в нетекстовый формат.

По результатам анализа содержания групп можно выделить социальные институты, на изменение которых направлены «загружаемые» посредством текстов практики. Прежде всего, это **формальные институты**: (1) государство как институт, (2) президент как личность, (3) силовые структуры как формальная основа государства, (4) православие как наиболее распространённая религия на территории России. Также изменение практик направлено и на изменение неформальных институтов, статус которых не закреплён юридически,

Изменение институтов возможно (и происходит посредством) при изменении повседневных практик, которые распространяются опосредованно, через контент (текстовый и нетекстовый). Рабочая типология манипулятивных практик и примеры некоторых из них показаны ниже.

Манипулятивные приёмы распространения повседневных практик

Распространение повседневных практик, следствием которых будет изменение социальных институтов, не происходит хаотично. В основе их распространения лежат модели и методы манипулятивного воздействия, изученные (а иногда – разработанные) в рамках разных гуманитарных наук. Например, в социологии исследуется модель «мы-они», которую часто используют для сегментации общества. Обзор подобных моделей и их теоретические основания приведены в статьях Оберемко О. А. «Интеракционистская модель формирования идентичности: реконструкция» и Климовой С. Г. «Критерии определения групп «Мы» и «Они».

Методы манипулятивного воздействия можно разделить на социальные, психологические, и коммуникативно-лингвистические. При этом коммуникативно-лингвистические модели являются приоритетными в плане изучения, поскольку контент является техническим проводником и носителем всех моделей.

Примерами манипулятивных социальных практик могут быть:

- Изменение самоидентичности аудиторий, на которые направлено воздействие;

- Создание моделей «мы-они»;
- Депривация, абсолютная и относительная;
- Навязывание групповых норм;
- Создание моды и атрибутики;
- Изменение привычных поведенческих практик;
- Пространственная сепарация;
- Сепарация в формальных институтах и представительство в них.
- Примерами манипулятивных психологических практик могут быть:
- Изменение восприятия (новая эстетика);
- Изменение состояния (депрессия);
- Размывание границ и норм;
- Разрушение табу.

Примерами коммуникативно-лингвистических практик могут быть:

- Лингвистическая сепарация (создание специальных терминов для определения «своих» и исключения «чужих»);

- Система письменных источников («библий»);
- Версия учения «лайт» для расширения сторонников.

Для демонстрации содержательного влияния манипулятивных моделей можно привести пример связи популярности теоретических концептов среди учёных и распространяющихся практик среди политически активных групп: реабилитация фашизма.

Ниже, в таблице 2, показаны наиболее частотные речевые маркеры, относящиеся к обсуждению фашизма как исторической и философской концепции. Необходимо

подчеркнуть, что анализировались только публикации в ядре сетевой выборки учёных-гуманитариев (261 группа), непосредственно посвящённой обсуждению научной тематики. Фамилия «Гитлер» встречается за два года почти 2,5 тысячи раз.

Таблица 2. Слова, маркирующие период нацизма, наиболее часто упоминающиеся в публикациях групп учёных-гуманитариев за 2019–2021 годы

№	Слово нормализованное	Частота встречаемости в корпусе
1	Гитлер	2483
2	фашизм	1231
3	Гесс	1136
4	рейх	1042
5	фашистский	963
6	Адольф	824
7	фашист	809
8	Вермахт	657
9	гитлеровский	419
10	фюрер	402
11	гитлеровец	241
12	люфтваффа	228
13	Геринг	190
14	гестапо	172
15	Геббельс	168
16	эсэсовец	164
17	рейхстаг	161
18	Маннергейм	146
19	Hesse	118

Популярность обсуждения в группах учёных периода нацизма в Германии, соответствующих исторических фигур и сопутствующей философии не остаётся без последствий. На периферии сетевой выборки формируются группы, непосредственно и напрямую посвящённые продвижению ценностей и практик нацизма в повседневную жизнь молодёжи, в среде интеллектуалов и в политически активных группах.

Можно привести примеры групп оправдания немецкого нацизма, распространения и интеграции практик в повседневную жизнь. Все они довольно крупные и имеют значительное число подписчиков. Например, группа «Австрийский художник» имеет 74 550 подписчиков¹⁶, группа «Железный Крест» имеет 68 930 подписчиков. В группах продвижения нацизма были отмечены следующие типовые манипулятивные приёмы:

- Восхищение немецкой техникой, историей, политическими, историческими фигурами и представителями немецкой культуры, немецкой национальностью в целом;
- Очеловечивание немецкого нацизма и олицетворяющих его персон;
- Осовременивание нацизма, его истории и персон;
- Презрение к советскому периоду истории, коммунизму;

¹⁶ Группа «Австрийский художник». URL: <https://vk.com/public116779310> (дата обращения: 01.08.2021); Группа «Третий Рейх». URL: vk.com/club133344012 (дата обращения: 01.08.2021).

- Презрение к современной истории России, государству и его структурам;
- Презрение к национальным группам, бытовой антисемитизм, русофобия;
- Юмористическое восприятие исторических событий.

Таким образом, у пользователей групп преодолевается психологический барьер неприемлемости положительных оценок в отношении нацизма, фашизма и всех его проявлений.

Подобные приёмы включения маргинальных практик в повседневность наблюдаются при распространении «расчеловечивания», «обесценивания жизни», «бесмысленности собственного существования», «материнство и детство в фокусе ненависти», и прочие.

Заключение

Исследование позволило сделать выводы в структурном, содержательном и методологическом направлениях.

В структурном плане группы учёных-гуманитариев занимают посредничающую позицию между группами, распространяющими повседневные практики в разных целевых аудиториях, и группами политической активности.

Подтвердилось значение учёных-гуманитариев в распространении маргинальных практик по целевым группам. При этом они адаптировали теоретические концепты к особенностям нашего общества и целевых групп (прежде всего, молодёжи), переводя их в повседневные практики. Подобные практики провоцируют разрушение институтов, официальных и неофициальных. Дискредитируются государство, силовые структуры, президент, православная религия. Разрушается самоидентификация, институты семьи и детства, ценность жизни, реанимируются деструктивные исторические практики.

В процессе исследования показал значимое приращение первичных данных дополнительный тип связей – гиперссылки из групп. Этот вид связей позволил расширить информационные источники и вывел на дополнительные группы, содержащие контент, сопутствующий активности учёных-гуманитариев. Этот тип связей при анализе информационных процессов можно использовать как дополнительный, расширяющий базовые связи между группами, опосредованные пользователями.

С точки зрения обработки материалов было выявлено большое количество контента, который распространялся в нетекстовом формате: видео, картинки, аудио («подкасты») – и несли при этом большую смысловую нагрузку. Потенциально необходимо разрабатывать программные средства для анализа этих данных, их поиску в социальных сетях, сбору и анализу. Подобные средства должны сочетать алгоритмы работы с большими данными и понимание социального контекста.

Список литературы

Бурдьё П. Начала // Пер. с фр. Н. А. Шматко. М. : Socio-Logos, 1994. 288 с. [Pierre Bourdieu. *Choses dites.* Paris, Minit, 1987].

Градосельская Г. В. Картирование политически активных групп в Фейсбуке: динамика 2013–2018 гг. / Г. В. Градосельская, Т. Е. Щеглова, И. А. Карпова // Вопросы

кибербезопасности. 2019. № 4 (32). С. 94–102.

Градосельская Г. В. Два сценария будущего молодёжи: результаты картирования групп социальной сети «ВКонтакте» на примере Томска / Г. В. Градосельская, А. Н. Расходчиков // Вестник Московского Университета. Серия 12. Политические науки. 2020. № 4. С. 37–54.

Гидденс Э. Социология // Э. Гидденс. М. : Едиториал УРСС, 2005. 632 с.

Климова С. Г. Критерии определения групп «Мы» и «Они» / С. Г. Климова // Социологические исследования. 2002. № 6. С. 83–102.

Оберемко О. А. Интеракционистская модель формирования идентичности: реконструкция / О. А. Оберемко // Социологический ежегодник: сб. науч. тр. / ИНИОН РАН ; ГУ-ВШЭ. М., 2009. С. 114–135.

Радаев В. В. Есть ли шанс создать национальную теорию в социальных науках? / В. В. Радаев // Pro et contra 2000 Т. 5, № 3. С. 202–214.

Штомпка П. Социология социальных изменений / П. Штомпка ; пер. с англ. под ред. В. А. Ядова. М. : Аспект Пресс, 1996. 416 с.

Gradoselskaya G. Mapping of Politically Active Groups on Social Networks of Russian Regions (On the Example of Karachay-Cherkessia Republic) / G. Gradoselskaya, I. Karpov, T. Shcheglova // Network Algorithms, Data Mining, and Applications / I. Vychkov, V. Kalyagin, P. Pardalos, O. Prokopyev (eds). Moscow, 2018.



Губанов Александр Владимирович
Центр управления регионом,
Курск, Россия.
aleksandrgubanov1@mail.ru

Зотов Виталий Владимирович
Московский физико-технический институт
(национальный исследовательский университет),
Москва, Россия.
om_zotova@mail.ru

ОТРАЖЕНИЕ АКТУАЛЬНЫХ ОБЩЕСТВЕННО ЗНАЧИМЫХ ПРОБЛЕМ РЕГИОНА В ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОВЕСТКЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА¹⁷

Аннотация. Объектом проводимого исследования является пространство публичных коммуникаций, сложившееся на региональном уровне в рамках социальных медиа. Оно неразрывно связано с реализуемой органами государственного и муниципального управления информационной повесткой, но обладает рядом отличительных черт, характерных исключительно для сетевого медиа-пространства. В качестве предмета исследования выступает специфика отражения и последующего транслирования информации об актуальных общественно значимых проблемах непосредственно до органов государственного и муниципального управления, включая возможность применения инструментов реакционного характера.

Ключевые слова: социальные сети, публичные коммуникации, государственное управление, муниципальное управление, информационное пространство, цифровизация

Gubanov Alexander V.
Regional Management Center
Kursk, Russia.
aleksandrgubanov1@mail.ru

Zotov Vitaly V.
Moscow Institute of Physics and Technology
(National Research University),
Moscow, Russia.
om_zotova@mail.ru

REFLECTION OF CURRENT SOCIALLY SIGNIFICANT PROBLEMS OF THE REGION IN THE INFORMATION AGENDA OF SOCIAL MEDIA¹⁸

Abstract. The object of the research is the space of public communications that has developed at the regional level within the framework of social media. It is inextricably linked with the information agenda implemented by state and municipal authorities, but it has a number of distinctive features that are characteristic exclusively for the network media space. The subject of the study is the specifics of the reflection and subsequent transmission of information about current socially significant problems directly to state and municipal government bodies, including the possibility of using reactionary tools.

¹⁷ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00694

¹⁸ The reported study was funded by RFBR according to the research project № 20-011-00694

Keywords: social networks, public communications, public administration, municipal administration, information space, digitalization

Социальные медиа – это не только сложное, многогранное цифровое пространство, транслирующее актуальные информационные тренды. Каждая соцсеть – это самостоятельный, самобытный социальный организм, способный объективно отражать актуальные общественно значимые запросы и проблемы. Большая популярность сетевых ресурсов среди россиян и высокий уровень проникновения в региональную Интернет-аудиторию актуализируют для государственных и муниципальных структур запрос на формирование системного механизма анализа проблемного фона и последующего принятия необходимых управленческих решений. При этом непосредственно само сетевое пространство крайне неоднородно, а на формирование ежедневной информационной картины оказывает существенное влияние большое количество взаимосвязанных факторов. Подробно рассмотрим данный вопрос сквозь призму деятельности органов государственной и муниципальной власти.

Ключевым элементом, формирующим сетевое пространство, выступают его акторы – основные действующие субъекты. До марта 2022 года госорганы активно вели собственные ресурсы в четырёх популярных среди россиян социальных сетях, однако после вынесения Тверским судом Москвы решения о признании деятельности Instagram и Facebook, принадлежащих компании Meta Platforms Inc. экстремистской*, таких платформ осталось две – «ВКонтакте» и «Одноклассники» [Ясакова]. Отметим, что именно данные ресурсы рассматриваются в качестве основных положениями Федерального закона от 14 июля 2022 г. № 270-ФЗ, также известного как «Закон о Госпублицах» [Федотова]. Исходя из этого, последующее рассмотрение нами заявленной темы будет осуществляться именно на примере «ВКонтакте» и «Одноклассников». Оба ресурса сочетают в себе возможность анонимного общения и открытой публичной деятельности.

Сетевые ресурсы позволяют одному человеку присутствовать в цифровом пространстве в качестве нескольких неравнозначных по функционалу и объёму охватываемой аудитории акторов. Всю совокупность субъектов, проявляющих активность в социальных медиа, можно подразделить исходя из простого критерия: один конкретный пользователь (самостоятельная индивидуально определённая страница) и объединённая группа пользователей (публичная страница, сообщество). Как правило, группы имеют больший охват, однако и один конкретный пользователь может объединить вокруг себя большое количество единомышленников и оказывать значительное влияние на информационное поле региона (блогер, лидер общественного мнения). Подробно рассмотрим специфику каждого из заявленных акторов.

Пользователь (личная страница, личный профиль) – индивидуально определённая страница, имеющая уникальный идентификационный номер, никнейм (и/или имя и фамилию), изображение аватара и описание. Любой пользователь может как оставаться полностью анонимным, создав «фейковую» страницу, так и максимально отразить в профиле всю полноту личных сведений. Пользователей значительно больше, чем сообществ, при этом каждый человек может одновременно присоединиться к неограниченному количеству групп. В соответствии с заявленной

* Признана экстремистской организацией на территории Российской Федерации.

статистикой, «ВКонтакте» пользуются 73,4 млн россиян, а средняя ежедневная аудитория превышает 47,2 млн [Пресс-кит «ВКонтакте...»]. Количество пользователей «Одноклассников» по актуальным данным составляет 40–41 млн [Пресс-кит «Что нужно знать...»].

Из числа пользователей необходимо выделить аккаунты блогеров и ЛОМов, которые имеют большое количество подписчиков. По уровню охвата аудитории многие из таких профилей сопоставимы со СМИ. При этом, как правило, большинство из них нацелены на освещение одной конкретной тематики, а тематические лидеры общественного мнения в большинстве своём претендуют на экспертный статус в освещаемых ими вопросах.

В свою очередь группы/сообщества изначально предполагают под собой форму объединения отдельных пользователей. Вся совокупность сообществ в социальных сетях также может быть подразделена на несколько типов, но подробное их рассмотрение в рамках данного исследования не представляется целесообразным, кроме того, отличительные особенности каждого из типов относятся исключительно к отдельным элементам функционала.

В соответствии с Федеральным законом от 14 июля 2022 г. № 270-ФЗ, каждый орган государственного и муниципального управления, а также подведомственные им структуры должны создать в социальных сетях собственные страницы именно в формате групп/сообществ. Почему был сделан именно такой выбор? На наш взгляд, решение является взвешенным и совершенно верным, поскольку формат сообщества наиболее сопоставим с привычными многим сайтам и предоставляет максимальный функционал как для самих госструктур, так и для граждан.

При этом официальные «паблики» региональных органов государственного и муниципального управления эффективно применимы в двух важных аспектах:

- прямой канал коммуникации с гражданами с целью аккумуляции, обработки и последующего анализа актуального проблемного фона;
- тиражирование в социальных сетях целевой информации, в том числе являющейся ответом на рассмотрение поступающих от граждан обращений.

За работу с обращениями граждан отвечает система «Инцидент менеджмент». Именно данный автоматизированный ресурс в настоящее время является ключевым элементом прямого канала коммуникаций между гражданами и государственно-властными структурами. «ИМ» – это уникальный сервис обратной связи, осуществляющий мониторинг, обработку и анализ обращений граждан в социальных сетях. Его работа базируется именно на сообществах в силу технических и функциональных причин.

Применительно к актуальной практике, отметим, что анализ регионального проблемного фона в том числе осуществляется Центрами управления регионом. Так, ЦУР Курской области регулярно публикует на собственных ресурсах информацию о темах, которые волновали жителей региона наиболее часто за прошедшую неделю. Кроме того, данная информация доводится до губернатора в рамках Оперативных совещаний Администрации Курской области.

Фактическую верификацию данных «Инцидент менеджмент» осуществляют непосредственно сами алгоритмы работы системы, поскольку данный ресурс направлен не только на разрешение проблемных вопросов, но и на обобщение

актуального проблемного фона. Важно отметить, что далеко не все инциденты, о которых сообщают в ЦУР граждане, имеют ситуативный характер и напрямую связаны с тем или иным аварийным случаем. Целый ряд вопросов имеют сезонный характер, например, подача отопления или расчистка дорожного полотна от снега, но даже в этом случае поступающая информация может быть использована для корректировки действий ответственных структур в «ручном режиме» исходя из опасности каждой отдельной ситуации.

На наш взгляд, данный канал коммуникаций между органами государственного и муниципального управления и гражданами для последних является наиболее удобным в силу целого ряда факторов. Среди них:

- Работа системы внутри соцсети – для отправления обращения гражданину в большинстве случаев не потребуется переходить на сторонние ресурсы или прикладывать дополнительные документы. Все операции производятся внутри самой социальной сети в формате стандартного личного сообщения или комментария.

- Отсутствие специальной регистрации – «Инцидент менеджмент» принимает обращения как от личных профилей, так и от обезличенных групп/сообществ. При этом гражданину не надо подтверждать свою подлинность, как это происходит на «Госуслугах» и других сервисах, связанных с работой Единой системы идентификации и аутентификации.

- Простая форма подачи заявки – для формирования обращения в большинстве случаев не потребуется заполнять специальную форму, достаточно максимально подробно описать проблему, указать точный адрес, приложить фото в качестве подтверждения и, при необходимости, указать номер телефона для обратной связи. При выполнении данных условий обращение считается направленным, и заявитель должен получить на него ответ в строгом соответствии со регламентированными сроками. Исключением являются случаи, при которых, согласно действующему законодательству, обращение не может быть направлено анонимно и исполнителю потребуются точные сведения об исполнителе или его письменное обращение.

Не менее значимым по сравнению с каналом коммуникации выступает и вопрос отработки информационной повестки. Как уже было рассмотрено ранее, сообщества способны аккумулировать большую аудиторию подписчиков и, как следствие, оказывать влияние на информационный фон региона. Как правило, в абсолютном большинстве субъектов РФ сложился «тандем» из двух самых популярных официальных ресурсов – личный блог главы региона и официальное сообщество региональной администрации. Мы проанализировали работу официальных пабликов «ВКонтакте» администраций 10 случайных субъектов РФ из разных Федеральных округов с целью определения среднего числа подписчиков. Согласно полученным данным, оцениваемый показатель превысил 84 897 пользователя, а средние охваты таких сообществ способны конкурировать с аудиторией средств массовой информации. Нужны ли региональным чиновникам столь сильные информационные инструменты? На наш взгляд, однозначно да. Более того, официальные сообщества активно применяются именно для донесения до граждан информации управленческого характера.

Так, произведённый анализ показал, что официальные сообщества региональных администраций в среднем ежедневно размещают около 9 публикаций.

При этом были зафиксированы отдельные регионы, количество публикаций в которых (включая репосты) превышало 15. Содержательно, более 85% контента напрямую затрагивает деятельность государственных и муниципальных структур, но и оставшиеся 15% также могут быть определены к сфере деятельности госорганов, например, в части туристической привлекательности (материалы с достопримечательностями регионов и изображения природы).

Способны ли официальные страницы администраций конкурировать с популярными неофициальными пабликами и сообществами? На наш взгляд, данная цель в настоящее время не является актуальной в силу специфики непосредственно тематики таких сообществ и основных целей их деятельности. Так, если в неофициальных ресурсах граждане будут искать преимущественно новостной и развлекательный контент, то в официальных – верифицированную и социально-ориентированную информацию.

Обобщая полученные в ходе исследования сведения, повторим, что соцсети фактически сложились как самостоятельный, самобытный социальный организм, способный объективно отражать актуальные общественно значимые запросы и проблемы. Всесторонняя интеграция деятельности государственных и муниципальных инстанций в социальные медиа в рамках проводимой в Российской Федерации цифровизации управления актуализировали запрос на применение данного инструмента не только для оперативного анализа проблемного фона и последующего принятия административных решений, но и с целью транслирования на интернет-аудиторию целевой информации.

Важным шагом на пути закрепления роли органов государственного и муниципального управления в сетевом медиа-пространстве должно стать принятие так называемого «Закона о Госпабликах», направленного на формирование комплекса официальных страниц. Практическая польза для граждан заключается не только в увеличении количества ресурсов, транслирующих верифицированную и социально-ориентированную информацию, но в расширении базы для работы системы «Инцидент менеджмент», позволяющей осуществлять отправку обращений в целевые инстанции в упрощённом порядке непосредственно внутри самих социальных сетей.

Список литературы

Фёдорова Д. С 1 декабря 2022 года госорганы должны будут вести официальные аккаунты в «ВКонтакте» и «Одноклассниках» // Система ГАРАНТ : [сайт]. URL: <https://www.garant.ru/news/1564104/> (дата обращения: 09.10.2022).

Ясакова Е. Суд запретил Instagram и Facebook. Что это значит для пользователей // РБК : [сайт]. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/21/03/2022/6238a5e89a79477e5dc0245f (дата обращения: 09.10.2022).



Демьяненко Василий Иванович
Институт социологии ФНИСЦ РАН
Москва, Россия.
imhocorg@gmail.com

ПРОСТРАНСТВО СУБЪЕКТНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМЫ

Аннотация. В статье проанализировано понятие «субъектность» межсубъектного взаимодействия, направленного на решение социальной проблемы. Показана проблемоцентричность субъектности в неклассической парадигме управления, изучающей субъект-субъектные отношения. В качестве методологического инструмента использована категория М. Вебера «идеальный тип». Предложена модель субъектности, выделяющая четыре основных характеристики с учётом обусловленности и управляемости поведения вовлечённых субъектов. Такое целостное описание способности субъекта проблемы разрешать противоречия предназначено для определения степени субъектности и составления прогнозов.

Ключевые слова: субъектность, субъектность проблемы, субъект-субъектные отношения, социальное тело, идеальная субъектность, пространство субъектности проблемы

Demyanenko Vasilij I.
Institute of Sociology of FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
imhocorg@gmail.com

SPACE OF SUBJECTIVITY OF A SOCIAL PROBLEM

Abstract. The article analyzes the concept of subjectivity of intersubjective interaction aimed at solving a social problem. The problem-centricity of subjectness is shown in the non-classical paradigm of management, which describes the subject-subject relationship. M. Weber's category «ideal type» is used as a methodological tool. A model of subjectness is proposed, which distinguishes four main characteristics, taking into account the conditionality and controllability of the behavior of the involved subjects. Such a holistic description of the ability of the subject of the problem to resolve contradictions is intended to determine the degree of subjectivity and make predictions.

Keywords: subjectness, subjectness problem Apostille, subect-subjectne relationships, social body, ideal subjectness, space subjectness problem Apostille

Введение

В изучении проблем управления наряду с вопросами о том, какие цели ставить и как их достигать, возрастает интерес к анализу субъекта управления. В одних и тех же условиях, обладая идентичными ресурсами и средствами, поведение разных субъектов будет отличаться. Для объяснения и прогнозирования таких феноменов используют понятие субъектность. Последнее было предложено советскими учёными, на сегодняшний день довольно широко трактуется и не имеет тождественного термина в других языках. Обобщая существующие взгляды, можно сказать, что речь идёт о способности субъекта действовать, самостоятельно определяя цели и достигая их.

Несмотря на то, что субъектность формируется во взаимодействии с другими людьми, в социологии данное понятие активно начало использоваться только в новом столетии [Демьяненко, 2022]. Особую актуальность оно приобретает в связи с важностью переноса акцента с целеполагания и планирования на создание механизмов

продуктивного взаимодействия. Динамика изменений, глобальная конкуренция, возрастающая роль человеческого фактора создают трудности для долгосрочного планирования. Принятые решения требуют со временем пересмотра, цель описывается как вероятностная, и её достижение становится возможной благодаря развитию способов и навыков субъектов в процессе реализации намеченного.

В рамках классической парадигмы управления, изучающей субъект-объектные отношения, субъектность оценивается как способность субъекта таким образом организовать взаимодействие, чтобы добиться от остальных участников высокой исполнительности. Эти идеи представлены в трудах Тейлора, посвящённых научной организации труда, Вебера – модели идеальной бюрократии, они реализуются в работе властно-управленческой вертикали путём централизации, координации деятельности с помощью прямого контроля и стандартизации процессов. И для решения большого количества задач подобные подходы оправданы, позволяют добиться высокой управляемости и достигать поставленных целей. Но в нестабильных условиях, для проблем, не имеющих однозначного решения, требуются иные идеи, основанные на активном участии многих субъектов.

Неклассическая парадигма управления описывает субъект-субъектные отношения, в которых каждый из участников имеет свои ценностные ориентации, интересы, субъективные представления и предпочитаемые способы проявления активности. Это ведёт к противоречиям в процессе совместной деятельности. В классических концепциях, подобных классовой борьбе К. Маркса, акцент в конфликте делается на антагонизме субъектов, неразрешимом в рамках существующих условий (например, порождаемых строем) [Маркс, 2022]. В. И. Ленин видел разрешение такого противоречия путём установления диктатуры одного из классов [Ленин, 2022]. В рассматриваемой же нами проблематике внимание уделяется способности субъектов объединить усилия для решения социальной проблемы относительно пространственно-временного события. Несмотря на наличие или отсутствие антагонизма, объективно обусловленного социальными стратами, мы рассматриваем взаимодействие субъектов относительно конкретной социальной проблемы. В одной из подобных ситуаций для её решения субъекты могут оказаться способными к продуктивной деятельности, в то время как для решения иной проблемы те же субъекты такой способностью могут не обладать.

Субъект проблемы

Традиционно в ситуационном подходе в проблематике управления рассматривается то, как существующая система ведёт себя в разных типовых ситуациях, какая структура отношений внутри неё наиболее адекватна им. При изучении субъектности наш взгляд является не системоцентричным, а проблемоцентричным – мы анализируем не те проблемы, с которыми сталкиваются социальные общности, группы, системы, а взаимодействие субъектов, которых объединяет некая проблема. В этом случае для анализа А. В. Тихонов предложил «понятие «социальное тело проблемы», которое охватывает актуальные связи и отношения всех участников (акторов), включённых в конкретную проблемную ситуацию» [Социология управления, 2015: 227]. Когда проблема разрешается, то такое социальное тело исчезает. Как отмечает Т. М. Дридзе, в основе отношений изначально

находятся не группы, «с предписанным им типовым или среднестатистическим сознанием и поведением» [Дридзе, 2001: 225], а люди, делающие выбор в конкретной ситуации и идентифицирующие себя в рамках данной проблемы с какой-то общностью. Получается, что проблема является социальным признаком, выступающим основанием для их взаимодействия. В процессе такового существующие противоречия могут привести к конфликту или, наоборот, рождению нового субъекта «в межсубъектном смысловом пространстве как изменённого состояния исходных субъектов». [Давыдов, 2022: 6]. Такой субъект обладает субъектностью, т. е. способен решить социальную проблему, или является бессубъектным. В последнем случае, например, Т. М. Дридзе пишет, что коммуникация может происходить, но субъекты оказываются не способны понять друг друга или просто выполняют ритуальные действия, а А. П. Давыдов обращает внимание на застревание в промежуточной позиции при переходе из старого состояния в новое, и диалог оказывается не созидательным.

Идеальная субъектность проблемы

Ключевым параметром, определяющим субъектность в классической парадигме, выступает цель, в то время как в неклассической таковой является проблема. Поэтому для указания на качественные отличия будем одну называть субъектностью цели, а вторую субъектностью проблемы.

Воспользуемся методологическим инструментом, предложенным в социологии М. Вебером, и опишем идеальную субъектность проблемы как некий теоретический конструкт, основанный на эмпирической реальности, но редко или никогда не встречающийся [Вебер, 1990]. Под идеальной субъектностью будем понимать способность субъектов, вовлечённых в социальное тело, облако, межсубъектное пространство социальной проблемы выстроить механизм взаимодействий, основанный на добровольном участии и диалоге, позволяющий снять противоречие путём учёта интересов, ценностей, представлений всех вовлечённых субъектов, т. е. у субъектов есть понимание того, что между ними существует зависимость и решение проблемы возможно только в результате совместной деятельности.

Целостное описание субъектности проблемы

Анализ субъектности проблемы позволил выделить четыре основных характеристики, способствующих новому субъекту (межсубъектному взаимодействию, порождённому социальной проблемой) не быть бессубъектным. Таким образом, получилось четыре типа субъектности, описывающих целостность данного феномена.

Контекстуальная субъектность проблемы представляет собой коммуникации субъектов, от неспособности решить проблему иным способом. Так, Яницкий О. Н., описывая деятельность социальных движений, показывает, что, концентрируясь на некоей проблеме, возникает противоборство сил. Их положение контекстуально, и в определённые моменты количество используемых сторонами ресурсов, стратегии поведения, социальный капитал уравнивает политические возможности. Тогда возникают веские основания для того, чтобы стороны были услышаны и пошли на решение проблемы с учётом интересов конфликтовавших акторов. Формирование

нового субъекта в этом случае сохраняется до того момента, когда баланс сил будет нарушен.

В основании *ценностной субъектности* проблемы лежит вера в то, что конфликт можно избежать с помощью коммуникации, и это позволит решить проблему. Так, А. П. Давыдов, рассматривая возникающие в обществе социокультурные противоречия между двумя противоположностями, способность сформированного третьего субъекта снять противоречие определяет через степень диалогичности, хотя «это диалог партнёров не в одной весовой категории, но диалог, то есть совместный поиск меры взаимодополнительности» [Давыдов, 2022: 5]. Такое «выдвижение диалога между ними на передний план» [Давыдов, 2022: 10] свидетельствует о субъектности, но до тех пор, пока кто-то из субъектов не утрачивает признание важности, полезности, значимости диалога.

Персонафицированная субъектность проблемы исходит из того, что в новом социальном субъекте (субъекте проблемы) есть акторы, воспринимающие чужие проблемы как свои. Они берут на себя основную ответственность за решение проблемы и организуют деятельность остальных участников. А. В. Тихонов пишет, что «у безличных социальных систем появляются индивидуальные черты, уникальные и неповторимые социальные качества, и в то же время такие системы не редуцируются к отдельным личностям (персонализм) или к их психическим состояниям (психологизм)» [Тихонов, 2013: 44]. Субъектность такого социального тела будет существовать до тех пор, пока акторы, получившие вместе с ответственностью также полномочия и доступ к ресурсам, не устоят перед соблазном удовлетворения своих интересов.

Технологичная субъектность проблемы характерна для коммуникаций, осуществляемых по определённым методам и с использованием означенных средств, что гарантированно приводит к результату. Хорошим примером для повышения способности коллективного субъекта решать социальную проблему является технология, разработанная Т. М. Дридзе для проблем территориального характера. Апробация показала, что при последовательном выполнении всех перечисленных этапов происходит продуктивная коммуникация [Дридзе, 1993]. В этом случае субъектность зависит от квалификации, опыта применения технологии, а также её соответствия решаемой проблеме.

Выделение данных типов позволяет описать пространство субъектности проблемы, как результат пересечения двух осей (см. Рисунок). Одна из них – *обусловленность*, что обращает внимание на причину, определяющую поведение в коммуникации. Она может быть внешней по отношению к каждому из субъектов. Так, например, контекст подталкивает вовлечённых в проблему к диалогу, а технология указывает, как необходимо действовать. При этом обусловленность может проистекать изнутри субъектов, когда у них есть понимание ценности совместных действий или восприятие общих проблем как своих.

Другой осью выступает *управление*. В коммуникации может присутствовать большая доля искусственной составляющей, направляющая действия с помощью конкретных инструментов управления или организующая участников усилиями персонафицированного субъекта. Но также продуктивная коммуникация может осуществляться спонтанно, путём самоорганизации.



Рис 1. Пространство субъектности проблемы

Заключение

Каждый из выделенных типов субъектности взаимосвязан с другими. Так, рассматривая технологическую субъектность, нельзя не учитывать, что у акторов присутствуют понимание важности диалога, а существующая ситуация, по Т. Парсонсу, хотя определяется и субъективно, но контекстуально ограничивает возможности, тем самым влияя на отношение к диалогу. На ценностную субъектность неизбежно влияют методы, которыми владеют субъекты, их «способность к тернарному мышлению и договороспособности» [Давыдов, 2022: 3]. Такие корреляции указывают на трудности выделения отдельных типов в определённой пространственно-временной проблеме. Но целостный взгляд на рассматриваемый феномен способен преодолеть этот барьер. Он позволяет определить выраженность каждой из четырёх характеристик. В том случае, когда в межсубъектном взаимодействии вовлечённых в решение социальной проблемы присутствуют все четыре составляющих, такая субъектность стремится к идеальной. Таким образом, мы получаем инструмент для анализа степени субъектности и прогнозов относительно решения проблемы.

Представленная типология субъектности является первой попыткой систематизации субъектности проблемы, поэтому требует серьёзной проработки, выявления трудностей, связанных с её применением и, скорее, приглашает читателя к дискуссии, чем предлагает конкретные решения.

Список литературы

- Вебер М. Избранные произведения / Под ред. Ю. Н. Давыдова. М. : Прогресс, 1990. 808 с.
- Давыдов А. П. Общество как медиационный субъект социального развития (к методологии межсубъектного диалога) / А. П. Давыдов // Социологические исследования. 2022. № 9. С. 3–13.
- Давыдов А. П. Основание развития как социокультурная проблема (к вопросу о медиационной теории эволюции западного социума) // А. П. Давыдов // Вестник Института социологии. 2018. № 24. С. 27–51.
- Демьяненко В. И. Сравнительный анализ понятия субъектность в контексте трёх парадигм сложности социального управления / В. И. Демьяненко // Личность. Культура. Общество. 2022. № 2 (144). С. 132–142.
- Дридзе Т. М. Две новые парадигмы для социального познания и социальной практики / Т. М. Дридзе // Россия: трансформирующееся общество. 2001. С. 222–243.

Дридзе Т. М. Прогнозное социальное проектирование: теоретико-методологические и методические проблемы / Т. М. Дридзе. М. : Наука, 1994. 304 с.

Ленин В. И. Государство и революция // Марксистский интернет-архив : [сайт]. URL: <https://www.marxists.org/russkij/lenin/works/lenin007.htm> (дата обращения: 10.10.2022).

Маркс К. Манифест Коммунистической партии / К. Маркс, Ф. Энгельс // Марксистский интернет-архив : [сайт]. URL: <https://www.marxists.org/russkij/marx/1848/manifesto.htm> (дата обращения: 10.10.2022).

Социология управления: Теоретико-прикладной толковый словарь / Отв. ред. А. В. Тихонов. М. : КРАСАНД, 2015. 480 с.

Тихонов А. В. Философские проблемы социологии / А. В. Тихонов // Очерки специальный выпуск «Основания социологии управления» Приложение к журналу «Философские науки». Москва, 2013. 60 с.

Яницкий О. Н. Социальные движения: теория, практика, перспектива / О. Н. Яницкий. М. : Новый хронограф, 2013. 360 с.

[EDN: LJEWGZ](#)



Дубровин Владимир Леонидович
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
vladimir.dubrovin@gmail.com

СУБЪЕКТЫ ПРОЦЕССА МЕДИА-КОММУНИКАЦИИ, ФОРМИРУЮЩИЕ СПЕЦИФИКУ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОСВЕЩЕНИЯ РАЗНЫХ СФЕР ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация. Статья посвящена ключевым фигурам в сфере художественной контентной политики российских ТВ-каналов и OTT-платформ. На основе метода включённого наблюдения автор схематично описывает их как субъектов процесса медиа-коммуникации.

Ключевые слова: ТВ-каналы, OTT-платформы, редакторы, продюсеры, кинопоказ, ценности, ценностно – идеологические ориентации

Dubrovin Vladimir L.
Institute of Sociology FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
vladimir.dubrovin@gmail.com

SUBJECTS OF THE MEDIA COMMUNICATION PROCESS, CREATING SPECIFICS OF FEATURE COVERAGE OF MODERN RUSSIAN SOCIETY VARIOUS LIFE SPHERES

Abstract. The article is devoted to key figures in the sphere of feature content policy of Russian TV channels and OTT platforms. Basing on the method of participant observation, the author briefly describes them as subjects of the media communication process.

Keywords: TV channels, OTT platforms, editors, producers, film-/ show-screening, values, value – ideological orientation

Результаты современного процесса медиа-коммуникации каждый житель России сегодня ощущает на себе в большей или меньшей степени. Наряду с сегодняшним обилием интернет-СМИ, социальных сетей и мессенджеров, зачастую берущих на себя ежеминутное, в режиме онлайн, освещение событий в стране и за её пределами, важным средством коммуникации власти с обществом остаётся телевидение. Несмотря на различные оценки сокращения аудитории ТВ в РФ, телевидение остаётся не только важным источником информации, но и инструментом контроля уровня тревожности и напряжения среди населения (насколько эффективно этот «процесс контроля можно контролировать» – предмет отдельного важного рассмотрения). С одной стороны, сама идея смотреть телепередачи по расписанию в наше время многим покажется странной, но, с другой, просмотр телеканалов, как и так называемое «фоновое телесмотрение»¹⁹ эфирного ТВ, может играть сегодня для наших соотечественников роль стабилизирующего фактора, некой призрачной зоны

¹⁹ Под фоновым телесмотрением понимается ситуация, когда человек не сидит целенаправленно перед ТВ-приёмником, а параллельно с работающей трансляцией занимается другими делами, использует телеконтент как фон для другой деятельности.

комфорта, в которой они гарантированно услышат хорошие новости и увидят привычные развлечения.

В данной статье мы хотели бы остановиться на последних – на игровом контенте современного эфирного и неэфирного ТВ. Работая в сфере российского кино и телепроизводства в течение 20 с лишним лет, автор основывается на собственных выводах, полученных в процессе включённого наблюдения.

Под эфирным ТВ мы понимаем теле вещание, сигнал которого распространяется по территории страны бесплатно, может без дополнительного декодирования приниматься всеми телеприёмниками и проводится согласно заранее утверждённой и опубликованной программе телепередач.

Под неэфирным ТВ мы понимаем предоставление видеослужб через Интернет – доставку видеосигнала напрямую от провайдера контента на устройство пользователя, минуя традиционные способы передачи телесигнала и позволяя зрителю самому формировать для себя телепрограмму в зависимости от интересов. В России подобные услуги предоставляют т. наз. ОТТ-сервисы (платформы) (дословная расшифровка ОТТ – «over-the-top» – передача контента напрямую на устройство пользователя).

В данной статье мы остановимся на художественном освещении современной реальности российского общества через отечественные оригинальные телесериалы.

Специфика российского телевидения, и эфирного, и неэфирного, такова, что в нём сосуществуют два больших вида сериального продукта – зарубежный и отечественный.

В советские времена на голубых экранах присутствовали почти исключительно отечественные «телевизионные художественные фильмы», в большинстве снятые «по заказу Гостелерадио СССР». Иногда их присутствие разбавлялось продукцией стран соцлагеря («Четыре танкиста и собака», Польша; «Один среди волков», Болгария) или капиталистических стран («Спрут», Италия; «Джейн Эйр», Великобритания). Во времена перестройки на экранах СССР стали появляться многосерийные зарубежные сериалы, которые благодаря калькированному переводу с английского называли мыльными операми («Богатые тоже плачут», Мексика; «Рабыня Изаура», Бразилия, и пр.). Параллельно с ними возникало всё больше популярных отечественных сериальных произведений («Горячев и другие», «Петербургские тайны», «На углу у Патриарших» и пр.).

Импортный продукт соседствовал с отечественным на федеральных телеканалах «большой тройки» (1 канал, Россия, НТВ) до начала 2000-х годов. Постепенно телесериалы отечественного производства вытеснили покупаемый импорт из эфира – сказались такие факторы, как культурная близость произведения, интерес зрителя к историям, в которых он себя узнает, – в отличие от жизни американских миллионеров («Санта Барбара») или злоключений мексиканской крестьянки («Просто Мария»). Кроме того, отечественные киностудии овладели искусством (или, как минимум, навыком) написания и экранизации довольно продолжительных (8 – 16 – 24 серии) многофигурных произведений, за перипетиями которых зрителю интересно наблюдать. Не будем также забывать упомянутый выше феномен фонового телесмотра, хотя это явление более характерно при просмотре дневного телеэфира

(«мыла»), в отличие от вечернего прайм – тайма, который смотрят скорее целенаправленно.

В начале 2000-х на Западе стало возникать платное интернет-вещание (стриминговые сервисы, OTT-платформы): «Netflix», «Amazon Prime», «НВО», «Hulu» и другие. Главный упор в пакетах, которые предлагают платформы, сделан на оригинальные сериалы, которые доступны для просмотра только на платформе – производителе за некую абонентскую плату. Со временем библиотеки сериалов становятся доступны и на других сервисах, но сериальных новинок это не касается.

По тому же пути, начиная с середины 2010-х, двинулся и отечественный рынок. Возникли и стали развиваться такие OTT-платформы, как «IVI», «ÖKKO», «Megogo», «Амедиатека», «Premier», «Start», «Кинопоиск», «KION» и другие [Каловский, 2020]. Сначала отечественные сервисы предлагали покупной импортный сериальный контент от разных производителей. Но позже столкнулись с тем же явлением, что и эфирное телевидение перестроечной и постперестроечной поры: отечественный зритель стал искать и в эфире ТВ, и на онлайн-сервисах российский сериальный контент. Таким образом, возникла насущная необходимость производить собственный оригинальный контент, при том высокого качества, так как «насмотренному» зрителю есть с чем его сравнивать, а удержать его внимание не так просто.

Службы, которые отвечают за производство оригинальных сериалов и закупку сериального контента на ТВ и онлайн-платформах в разных организационных структурах, называются по-разному, но мы для удобства будем обозначать их наиболее распространённым термином – службы кинопоказа.

В сферу деятельности службы кинопоказа обычно входит все, что связано с производством и/или закупкой сериального контента. Постановкой контента в эфир на эфирном ТВ служба кинопоказа занимается обычно совместно с Программной дирекцией, которая составляет программу передач исходя из эфирной сетки, специфики аудитории, конкуренции с другими телеканалами за рейтинги, контрпрограммирования и пр. На OTT-сервисах кинопоказ (как бы он ни назывался) работает в связке с маркетинговой дирекцией (программная дирекция там обычно отсутствует ввиду отсутствия программы передач как таковой). Важно понимать, что в обоих случаях, в идеале, содержательный заказ на контент должен исходить совместно от службы кинопоказа, а также от программной дирекции или от маркетинга, так как они совместно должны формулировать, опираясь на свои представления о нуждах аудитории, что именно их аудитория должна захотеть увидеть в данный момент времени.

Должности сотрудников службы кинопоказа зачастую называются по-разному, но с содержательной точки зрения, должностей две – продюсер и редактор.

Если до предела упростить суть работы этих сотрудников, то редактор, в основном, занимается вопросами содержания контента, а продюсер, исходя из соответствия контента требованиям канала, принимает решения о запуске проекта в производство или закупке готового проекта. Естественно, каждая категория работников в каждой отдельно взятой компании имеет определённые прописанные на бумаге должностные обязанности, но мы в нашей небольшой статье попробуем бегло рассмотреть эти обязанности по существу.

Не стоит также забывать о понятии «редакционная политика», проводниками которой в отношении художественного вещания и должна являться служба кинопоказа. По нашим наблюдениям, отчётливая редакционная политика несомненно соблюдается в сфере новостного и социально – политического вещания: эфирные телеканалы, конечно, с учётом канальной специфики, транслируют населению официальную точку зрения на происходящие в стране и в мире события, будучи своего рода авангардом информационной борьбы. Редакционная же политика художественного вещания, однако, формируется на иных основаниях, финансируясь, в большой степени из рекламных поступлений (в случае эфирного ТВ) и из платной подписки, а также инвестиций в контент (в случае ОТТ-платформ). Таким образом, финансирование производства и закупки игрового контента складывается из средств, привлечённых через оценку рейтингов того или иного продукта и ТВ-канала в целом. Отсюда следует, что редакционная политика служб кинопоказа диктуется, в первую очередь, цифрами рейтинга контента, а не его социально-политической или ценностной значимостью. Конечно, существуют незыблемые правила при программировании, например, на День Победы или День Защитника Отечества, когда в эфире демонстрируются произведения о мужестве и героизме народа во время Великой Отечественной войны и других конфликтов, но в целом эфирная сетка и пакеты ОТТ-платформ нацелены на повышение уровня продаж рекламного времени и платной подписки. Таким образом, руководство служб кинопоказа и редакция ориентируются при отборе контента на замеры рейтинга [Компания Mediascope, 2022] и на сложившееся представление о своей аудитории.

Представление об аудитории и взаимодействие с ней – ключевой вопрос редакционной, а скорее, контентной политики служб кинопоказа российских ТВ-каналов и ОТТ-сервисов. С одной стороны, как любой продукт, контент должен продаваться тем, кто в нём нуждается, с другой стороны, на контент, как на любой продукт, силами производителя и продавца формируется спрос. Если же признать, что художественный контент формирует и «продаёт» смыслы и ценности, то его важность в современном мире невозможно переоценить.

Ещё в 2015 году А. К. Мамедов и С. С. Комиссаров писали о «плюрализации ценностно-идеологических ориентаций российской телевизионной аудитории», а также про «всё более глубокое влияние на ... потребителей телевизионного контента коммерциализации телевидения и растущей глобализации его продукта» [Мамедов, 2015: 146]. И если глобализация в сегодняшнем мире неуклонно сменяется регионализацией, то коммерциализация ТВ и изменение ценностных ориентаций стабильно идут рука об руку.

Кроме поименованных выше редакторов и продюсеров служб кинопоказа, художественное освещение российской действительности формирует ещё немало количество субъектов – независимые продюсеры, креативные продюсеры, шоураннеры, драматурги и сценаристы, режиссёры-постановщики, актёры и другие представители творческих профессий. Но проницаемой мембраной для художественного контента в наших реалиях являются именно сотрудники служб кинопоказа ТВ-каналов и ОТТ-платформ. Именно их трудами формируется контент, который видит свет и на который приходит аудитория. Если кинопоказ не готов

рассматривать производство или финансирование того или иного телесериала, то этот проект просто не состоится – для финансирования за собственные средства сериальное производство слишком сложно и дорого (проекты, которые запускаются продюсером за собственные или заёмные средства, на свой страх и риск, мы в данном случае не рассматриваем в силу их крайней малочисленности).

Именно поэтому вопрос пропаганды тех или иных ценностей, а, шире, вопрос художественной контентной политики упирается прежде всего в сотрудников служб кинопоказа, сложнейшей задачей для которых становится сохранить (а лучше преумножить) аудиторию, но не свалиться при этом в поощрение создания и закупки произведений, содержащих размытые, а то и вовсе деструктивные ценностно-идеологические ориентации.

Список литературы.

Каловский Б. Основные ОТТ – сервисы в России // Mgts.info : [сайт]. URL: <https://mgts.info/televidenie/osnovnye-ott-servisy-v-rossii/> (дата обращения: 30.09.2022).

Компания Mediascope // Mediascope в России : [сайт]. URL: <https://mediascope.net/about/company/russia/> (дата обращения: 01.10.2022).

Мамедов А. К. Культура как коммуникация / А. К. Мамедов, С. С. Комиссаров. М. : МГУ, Социологический факультет ; Московский рабочий, 2015. 256 с.



Заводовская Ольга Вениаминовна

Межрегиональная общественная организация
«Гуманитарная информационная безопасность
«СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ МИР»,
Москва, Россия.
spetehograd@mail.ru

АКТУАЛЬНЫЕ СМЫСЛЫ СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОБОРСТВА: ВЫЗОВЫ И УГРОЗЫ

Аннотация. Совокупность исторически складывающихся факторов характеризует расширение пространства вызовов и угроз информационного противоборства в структуре многоуровневых политических изменений. Предмет исследования – сущность, состояние, причины, характер, признаки проблемных зон и общих интересов, направление деятельности государственной политики информационного противоборства в современной России как условие реализации задачи управления социальными процессами. В статье рассматривается формирование единой ценностно-мировоззренческой среды для противодействия внутренним опасностям и внешним угрозам.

Ключевые слова: национальная безопасность, информационное противоборство, геополитическая стратегия, информационный менталитет, информационные угрозы, ценностные ориентации, мегатенденции, информационная культура

Zavodovskaya Olga V.

Interregional public organization
«Humanitarian Information Security
«SOCIO-CULTURAL WORLD»,
Moscow, Russia.
spetehograd@mail.ru

CURRENT MEANINGS OF MODERN INFORMATION WARFARE: ALLENGES AND THREATS

Abstract. The combination of historically emerging factors characterizes the expansion of the space of challenges and threats of information confrontation in the structure of multilevel political changes. The subject of the study is the essence, state, causes, nature, signs of problem areas and common interests, the direction of the state policy of information warfare in modern Russia, as a condition for the implementation of social processes management. The article considers the formation of a unified value-worldview environment for countering internal dangers and external threats.

Keywords: national security, information confrontation, geopolitical strategy, information mentality, information threats, value orientations, megatrends, information cultural

«Эпоха однополярного мира уходит в прошлое, формируются контуры нового миропорядка, лидеры выбирают суверенный, самостоятельный путь развития, хотя коллективно решать вопросы глобальной и региональной безопасности на основе международного права, взаимной ответственности и учёта интересов друг друга, тем самым вносить свой вклад в защиту многополярного мира» [Путин, 2022: 2]. Одной из важнейших задач государственной политики информационного противоборства является выявление и анализ угроз в информационной сфере и их источников,

проведение государственной политики противодействия влиянию на мировоззрение и идеологию общества.

Цель проведённого экспертного опроса, в котором участвовали руководители муниципальных образований, органов местного самоуправления, представители научной, культурной, образовательной инфраструктуры и бизнеса, ветераны местных сообществ, состояла в получении новых знаний для разработки научно обоснованных предложений, способных эффективно противостоять информационной агрессии конкурирующих государств и сети негосударственных террористических и экстремистских организаций.

Теоретические основания исследования построены на междисциплинарном системном подходе в рамках когнитивно-дискурсивного подхода, на социокультурологическом подходе, конфликтологическом, структурно-функциональном, которые сделали возможным изучение объекта и предмета исследования в комплексе. Используется специфика и варианты применения метода ситуационного анализа.

Проблемная ситуация научного исследования определяется противоречием между необходимостью переосмысления государственной информационной политики России с целью наращивания потенциала развития информационного общества значительными ресурсами и готовности к угрозам, которые могут нести современные комплексные технологии скрытого информационно-психологического воздействия, используемые в политических целях в глобализованном мире.

Цель информационного противоборства направлена на противодействие в форме открытой активной контрпропаганды враждебных российской культуре веяний и антиценностей, достижение характеристик передового имиджа России, как в мировом пространстве, так и внутри государства. Одним из важнейших факторов мировой политики в настоящее время является противоборство культурно-идеологической экспансии.

По результатам исследования, назрела необходимость формирования новой системы информационной политики, нового поколения защитников и патриотов Отечества. По мнению экспертов, кроме профессионального обучения нужна моральная подготовка, воспитание через проведение современной государственной информационной политики. Надо изменить отношение к человеку, к труду, сделать его престижным, проводить на современном уровне организацию работ по профессиональной ориентации, трудовому, духовному и патриотическому воспитанию. Результаты комплексного исследования показывают, что существующая система государственной информационной политики недостаточно эффективна, особенно в сельской местности, она в большей степени формальна, ограничивается декларированием важности причин возникновения конфликтов в обществе и путей их решения. От позиции молодёжи в общественно-политической жизни, её уверенности в завтрашнем дне и активности будет зависеть темп продвижения России по пути демократических преобразований. В условиях глобализации и вынужденного притока мигрантов молодёжь призвана выступить проводником идеологии толерантности, развития российской культуры, духовности и патриотизма, мира, укрепления межпоколенческих и межнациональных отношений.

Принимая во внимание, что информационный менталитет нации глубоко фиксирован в подсознании, зная её особенности, геополитические конкуренты используют технологии манипулирования сознанием нации посредством идеологического воздействия. «Прежде всего, трансформационное воздействие глобализации направлено на структуру цивилизации, ядром которой является информационный менталитет» [Шевченко, 2006: 3–55].

Множество локальных точек давления на сознание индивида создают впечатление разорванности и несистемности социального мира, программируют соответствующее поведение, в то время как уровень готовности любой общности к сохранению устойчивой стабильности, её способность к динамическому развитию определяется зрелостью самосознания и глубиной осознания опасности разрушения структуры. При этом условия создаётся базис интегрирования процессов обеспечения местной безопасности в систему региональной и национальной безопасности страны [Шевченко, 2015: 68].

Россия в настоящее время находится в состоянии геополитической борьбы с ключевыми глобальными центрами информационного влияния. России объявлена тотальная гибридная война коллективным Западом. Итогом распространения новых форм коммуникации стало катастрофическое обострение проблем гуманитарной безопасности различных субъектов, включая само общество, что затрудняет социальное программирование ввиду того, что сетевые коммуникации совершают постоянное достраивание процесса, оказывают значительное воздействие на мировоззрение людей, чтобы подавить развитие нашей страны. Представляется достижимым ограничить их влияние, от этого зависит судьба России.

Следует признать, что надо защищать и отстаивать мир для всех, любовь к Родине, к своему Отечеству, русский язык, российскую многонациональную культуру, традиционные нравственные ценности, достойные черты национального характера. Концептуальные идеи, отражающие функционирование механизма государственной политики информационного противоборства в современной России как условие реализации управления социальными процессами, строятся на основе гордости за свою Родину, любви к своему Отечеству, исторической памяти в российском обществе и осознается как главная ценность, как постоянно реализуемая задача.

Важнейшим трендом глобальной политики становится формирование нового миропорядка, обострение геополитической конкуренции. Система государственного информационного противоборства направлена на защиту национальных интересов России и должна быть управляема из единого центра государственной власти [Заводовская, 2019: 89]. Основные функции государства должны быть сосредоточены на отслеживании и контроле их эффективного осуществления. Главная задача национальной идеи должна стать элементом государственной политики информационного противоборства, как важный системообразующий элемент в структуре и содержании национальной безопасности наряду с военной силой. Обеспечение информационной безопасности требует от органов власти всех уровней создание условий, при которых государственная политика информационного противоборства приобретает характер важнейшего приоритета общегосударственного уровня и представляет собой многофункциональную комплексную задачу. Только

государство в состоянии обеспечить надёжную защиту общества и его граждан, сохранить стабильность, сплочённость и целостность общества.

В контексте глобальных проблем выделяются следующие стратегические задачи России: в краткосрочном периоде – любить Россию и выдержать мощное давление со стороны стран Запада безоговорочно; в среднесрочном периоде – укрепиться экономически, технологически (за счёт развития высокотехнологичных производств и импортозамещения), идеологически (путём выработки общенациональной идеологической платформы) и в военном отношении; в долгосрочном периоде – победить, выйти в лидеры нового миропорядка, для этого нужно обеспечить максимальные выгоды от перехода к шестому технологическому укладу и предложить концепцию миропорядка, которая будет убедительно привлекательной и служащей предупреждению и устранению вызовов, опасностей и угроз для личности, общества и государства, минимизации рисков.

Список литературы

Заславская Т. И. Социальные трансформации в России в эпоху глобальных изменений / Т. И. Заславская, В. А. Ядов // Социологический журнал. 2008. № 4. С. 8–22.

Заводовская О. В. Модель дискурса геополитической стратегии в контексте информационного противоборства. Выпускная квалификационная работа. Магистерская диссертация, РАНХиГС ИПиНБ. 2019. 87с. // РАНХиГС ФНБ : [сайт]. URL: <http://www.uriu.ranepa.ru> (дата обращения: 01.02.2019).

Путин В. В. Выступление на Московской конференции по международной безопасности в рамках Международного военно-технического форума «АРМИЯ-2022» на базе Конгрессно-выставочного центра «Патриот» (Кубинка. Моск. обл.), полигона Алабино и аэродрома Кубинка. 15–21 августа 2022 // Форум Армия 2022 : [сайт]. URL: <https://www.rusarmyexpo.ru/army2022>. (дата обращения: 16.08.2022).

Шевченко А. В. Информационная устойчивость политической системы постиндустриального общества : автореферат дис. ... д-ра полит. наук : : 10.01.10 / Шевченко Алевтина Владимировна ; Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации. Москва. 2006. 55 с.

Шевченко А. В. Интегрирование процессов обеспечения местной безопасности в систему региональной и национальной безопасности России / А. В. Шевченко // Государственное и муниципальное управление. Учёные записки СКАГС. Ростов-на-Дону : ЮРИУ РАНХиГС, 2015. № 3. С. 64–69. URL: <http://old.uriu.ranepa.ru/zhurnal-gosudarstvennoe-i-munitsipalnoe-upravlenie.uriu.ranepa.ru> (дата обращения: 25.08.2019).



Зверева Мария Максимовна
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
maria.yazynina@gmail.com

ПРИНЦИПЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДОВ: КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация. В данной работе были рассмотрены цели концепции устойчивого развития, перечислены основные направления устойчивого развития городов и населённых пунктов, рассмотрено значение коммуникативного аспекта.

Ключевые слова: устойчивое развитие, социальная коммуникация, город Москва, принципы устойчивого развития, окружающая среда

Zvereva Maria M.
Institute of Sociology of FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
maria.yazynina@gmail.com

PRINCIPLES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE MEGACITY: THE COMMUNICATIVE ASPECT

Abstract. In this article, the objectives of the concept of sustainable development were considered, the main directions of sustainable development of cities and settlements were listed, the importance of the communicative aspect was considered.

Keywords: sustainable development, social communication, Moscow, principles of sustainable development, environment

Концепция устойчивого развития сформировалась в 80-х гг. прошлого века в результате того, что мировое сообщество признало проблемы экологической обстановки, ограниченности природных ресурсов и развития общества на глобальном уровне. Данная концепция предполагает работу по семнадцати направлениям, одним из которых является «устойчивые города и населённые пункты» [Устойчивые города...] (рис.).

В связи со стремительным развитием процесса урбанизации, города, а в особенности мегаполисы, требуют к себе особого, повышенного внимания. По данным ООН, более половины жителей планеты на сегодняшний день проживают в городах, а к 2030 году ожидается, что количество городских жителей увеличится до 60% [Цели в области устойчивого развития...].

Устойчивое развитие городов и населённых пунктов включает в себя в том числе следующие направления:

- развитие транспортной системы;
- озеленение;
- экологический мониторинг и предотвращение загрязнения окружающей среды;
- доступность жилья;

- экономичное расходование ресурсов и переход на альтернативные источники энергии;
- развитие экологической культуры населения.



Рис. 1. Цели устойчивого развития

Коммуникативные аспекты в устойчивом развитии городов являются важным элементом, поэтому их формирование должно быть первоочередным [Попов, 2019; Сеничкина, 2022]. Современные коммуникативные механизмы выполняют как функцию информирования, так и функцию формирования позитивных установок в общественном мнении [Чучукалова, 2009]. Вместе с тем, устойчивое развитие городов подразумевает участие и учёт мнения всех участников данного процесса: представителей органов власти, как на федеральном, так и на региональном уровнях; жителей городов; общественных организаций; НКО; а также представителей бизнеса. Для этого проводятся опросы общественного мнения; создаются информационные площадки; организовываются конференции, где обсуждают городские проблемы и перспективы и т. п.

Список литературы

Устойчивые города и населённые пункты // Инвестиционный портал города Москвы : [сайт]. URL: <https://investmoscow.ru/about-moscow/cur/11> (дата обращения: 29.09.2022).

Цели в области устойчивого развития // Организация Объединённых наций : [сайт]. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/cities/> (дата обращения: 30.09.2022).

Попов В. И. Модель коммуникации федеральных, региональных и местных органов власти как фактор устойчивого развития региона / В. И. Попов // Регуляторная политика в России: проблемы теории и практики. Москва : Издательство Проспект, 2019. С. 69–73.

Сеничкина М. И. Коммуникативные факторы устойчивого развития городов России (на примере г. Москва) / М. И. Сеничкина // Коммуникология: электронный научный журнал. 2022. Т. 7, № 1. С. 106–120.

Чучукалова Р. А. Философский анализ коммуникативного основания устойчивого развития / Р. А. Чучукалова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2009. № 10. С. 174–184.



Иванова Елена Юрьевна
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
ele6248@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ДИПЛОМАТИИ

Аннотация. В статье рассмотрены основные подходы к анализу особенностей профессиональной коммуникации в различных сферах человеческой деятельности. На примере дипломатии систематизированы виды и типы коммуникаций в современных условиях, а также их место и роль в достижении профессиональных задач и целей.

Ключевые слова: профессиональная коммуникация, дипломатия, профессиональный язык, дипломатический ритуал, международные отношения

Ivanova Elena Yu.
Institute of Sociology of FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
ele6248@yandex.ru

FEATURES OF PROFESSIONAL COMMUNICATION IN THE FIELD OF DIPLOMACY

Abstract. The article considers the main approaches to the analysis of the features of professional communication in various spheres of human activity. On the example of diplomacy, the types and types of communications in modern conditions are have systematized, as well as their place and role in achieving professional tasks and goals.

Keywords: professional communication, diplomacy, professional language, diplomatic ritual, international relations

Предметом социологии коммуникации является изучение «функциональных особенностей общения различных социальных групп, представляющего их взаимодействие – передачу и получение смысловой и оценочной информации с целью оказания воздействия на их взаимодействие, а также на отношение к социальным ценностям определённых сообществ и общества в целом» [Шарков, 2015]. Совокупность социальных групп, выделяемых в различных профессиональных сферах, формируют социально-профессиональную структуру. И в этом контексте «понимание социальной коммуникации как предмета социологии коммуникации позволяет обосновать её базовые составляющие – основные аспекты её исследования, к которым относятся социальные структуры общества в плане их коммуникативных характеристик, коммуникативные системы, реализующие различные виды социальной коммуникации, способы, включающие каналы, уровни и средства коммуникации, обеспечивающие передачу и восприятие информации и социально значимой оценки» [Подгорецки, 2015].

Профессиональная коммуникация является неотъемлемой частью и определённым маркером конкретной профессии. Наравне со специальными знаниями, полученными в процессе образования, и практическими навыками, профессионал

овладевает и является носителем определённой терминологии, особыми приёмами внутригруппового и «внешнего» общения. «Можно дать следующее определение профессиональной коммуникации: это – специальная смысловая коммуникация, служащая для передачи профессиональных знаний и умений посредством искусственных знаковых систем» [Соколов, 2016: 31], а также естественных (жесты, оттенки речи, контекст), идеальных (культурные ценности), вероятностных (язык) знаковых систем. Профессиональная коммуникация представляет собой сосуществование нескольких её форм: устноречевой, письменной (профессиональное письмо включает в себя письменную речь, техническое письмо и научное письмо [Е. Тебеаух]) и визуальной. Теория профессиональной коммуникации «...представляет собой сплав теории коммуникации, риторики, этики, навыков технического письма... а также практики... и социальной ответственности... сосредоточена на изучении информации и способах её создания, управления, распространения, а также на использовании информации в контексте рабочего пространства» [цит. по Торбик, 2014].

Проблемами профессиональной коммуникации занимались зарубежные лингвисты, психологи, социологи, (N. R. Blyler, M. Garland, D. Shackleton, S. Vonho, C. R. Miller, T. P. Miller, D. L Sullivan и др.), которые пытались сформулировать её сущностные черты и особенности в различных профессиональных реализациях. Надо отметить, что в учебных заведениях США преподают специальную дисциплину «Профессиональная коммуникация». Особенности коммуникации, обеспечивающие оптимальное внутривидовое взаимодействие, являлись предметом исследования отечественных социологов (Адамьянц Т. З., Батыршина А. Р., Беляков М. В., Викулова Л. Г., Егорова О. П., Кожетева А. С., Кравец Т. Н., Одерышева Е. Б., Рахматуллина Л. В., Романова Е. С.; Терентий Л. М. и др.). К базовым положениям теории профессиональной коммуникации можно отнести следующие утверждения: «...а) коммуникативная активность представителей разных профессиональных групп отличается особенностями структуры; б) у представителей одной и той же профессиональной группы (типа «человек – человек»), находящихся на разных этапах профессионального становления структура коммуникативной активности имеет особенности. Коммуникативная активность своеобразно интегрирована в структуру их индивидуальности» [Васюра, 2009]. Профессиональная коммуникация, таким образом, – это общение во время выполнения профессиональных обязанностей с целью организации и оптимизации того или иного вида предметной деятельности, которая носит регламентированный характер, обусловленный должностными инструкциями, ролевыми амплуа, целями и выполняемыми задачами, деловым этикетом.

Необходимо отметить, что существенно различие между профессиональной коммуникацией в профессиональной области «человек-техника» (физико-математическая, естественно-научная сферы), с одной стороны, и «человек-человек» (педагогика, история, культура, юриспруденция и др.) – с другой. В первой – знаковая и вербальная коммуникации в значительной степени построены на использовании специальной узкопрофессиональной терминологии (математика, химия, физика, медицина), языков программирования (информатика, цифровизация, робототехника) и

др. Во второй – профессиональный категорийный аппарат, сопровождающий коммуникацию, в значительной степени может быть доступен для понимания представителям более широкого спектра профессий. Однако научная терминология, например, в социологии, рождённая преимущественно в зарубежных научных центрах, или представляющая собой новое словообразование, требующее пояснений и определений, достаточно сложна для понимания непрофессионала и требует обращения к специальным справочникам и словарям. Ярким примером последнего служит вербальное представление теории социальной коммуникации, сопровождающееся такими категориями, как социальное управление в эоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах, ситуационная концепция социокультурной динамики и др.

Таким образом, профессиональная коммуникация является важнейшим фактором и индикатором реального структурного группообразования в различных профессиональных средах. Одним из направлений исследования в рамках указанной тематики является анализ форм, методов, жанров и роли в достижении профессиональных задач и целей профессиональной коммуникации в сфере дипломатической деятельности. Профессиональная коммуникация в дипломатической среде представляет собой систему семантических, психологических, символических, знаковых связей между акторами дипломатической деятельности, действующими в русле выполнения поставленных задач на внешнеполитическом контуре. Причём указанная система функционирует в координатах юриспруденции, языкознания, страноведения, истории и пр.

Дипломатический дискурс рассматривался в научной литературе с точки зрения стратегичности, ритуальности, церемониальности коммуникации (Т. А. Волкова, Е. В. Метелица, О. Ф. Сакун), лингвистических особенностей дипломатических документов и вербального общения, роли перевода в доведении до адресата адекватного содержания сообщения (Е.А. Вебер). Исследовалась субъективность дипломатической переписки (S. Cohen-Wiesefeld), особенности определённых форм и видов дискурса и др. «Коммуникативная сторона присутствует в любой человеческой деятельности, однако есть области, в которых вся совокупность действий практически сводится к речи. К ним, наряду с юриспруденцией, педагогикой, администрированием, политикой, относится дипломатия. Поэтому большинство событий, из которых складывается дипломатическая практика, являются событиями коммуникативными» [Шейгал, 2000b: 322].

Формы профессиональной коммуникации наделены определёнными особенностями в зависимости от вида взаимодействия с акторами дипломатической деятельности: внешнего (с представителями иностранных государств) и внутреннего (с сотрудниками МИДа РФ). На особенности коммуникативного взаимодействия оказывает существенное влияние профессиональная структура, базирующаяся на соподчинённости сотрудников дипломатических миссий и аппарата Министерства иностранных дел в зависимости от их дипломатического ранга и должности. «Дипломатический дискурс относится к группе институциональных дискурсов, то есть представляет собой часть устойчивой системы статусно-ролевых отношений, которые существуют в коммуникативном пространстве дипломатического института.

Отличительными признаками дипломатического дискурса являются наличие особых участников общения, специфических целей коммуникации и жанровое своеобразие» [Кравец, 2017: 54].

Обратимся к некоторым существенным моментам социальной коммуникации в дипломатии, а именно к особенностям вербальных и невербальных форм.

Дипломатическая переписка

Техническое письмо – это специализированная форма изложения: то есть письменное общение, осуществляемое на рабочем месте, особенно в областях со специализированным словарным запасом. Важной характеристикой технического письма является его однозначность, конкретность, инструктивность. «Дипломатический дискурс (как устный, так и письменный) отличается интерактивной сущностью и имеет свои принципы жёсткой иерархической организации, вписывающейся в рамки коммуникативного контракта (*contrat de communication*, в терминологии французской школы дискурс-анализа). Дипломатический дискурс определяется как социальный конструкт, представляющий собой особый статусно-ориентированный дискурс институционального типа» [Кожеватова, 2012]. Применяется следующая классификация групп участников дипломатического дискурса: адресанты – создающие и направляющие подготовленное сообщение либо в устной, либо в письменной формах, и адресаты – получатели этих сообщений. Конкретные документы дипломатической международной коммуникации составляются по чётко сформулированным правилам. «Дипломатическая переписка – это переписка государств, правительств, ведомств иностранных дел и представляющих их дипломатических и консульских учреждений с соответствующими структурами иностранных государств, между дипломатическими и консульскими представительствами этих государств, международными организациями, а также переписка дипломатических и консульских представительств между собой» [Давтян, 2016].

Цели дипломатической переписки отражают направления профессиональной коммуникации:

- проблемы многообразия отношений в различных областях, зафиксированных в нормах и принципах международного права для обеспечения мира безопасности и развития спектра связей (дипломатических, научных, экономических и пр.);
- проблемы организационного характера (назначение на дипломатические посты, проведение научных исследований в исключительной экономической зоне, уведомления о предполагаемых протокольных мероприятиях и пр.).

Ноты как базовые документы дипломатической переписки и письменной коммуникации подразделяются на: вербальные (документ подобного вида должен быть принят во внимание, но не подписывается отправителем), личные (особое значение передаваемой информации, подписывается отправителем), циркулярные (обращение одновременно к нескольким государствам, государственным органам или сразу к нескольким дипломатическим миссиям), коллективные (документ подписывается всеми главами заинтересованных дипломатических представительств), ноты протеста

(содержит в своём тексте претензию, выраженную одним государством другому). Также формами дипломатического послания являются памятные записки (вручается с целью усилить значение сделанного устного заявления), меморандумы (подробное изложение фактической стороны того или иного вопроса), манифесты и даже ультиматумы, верительные грамоты (удостоверяющие назначение лица, передающего документ, в качестве дипломатического представителя и аккредитование его при главе государства страны пребывания). «Язык дипломатических документов – это тот язык, на котором данное государство говорит с внешним миром. Как по языку отдельного человека во многом создаётся его облик, так и по языку дипломатических документов судят в немалой степени о лице государства... <> ...Дипломатический документы – это официальные документы, «государственная бумага»» [Ковалёв, 1977: 146].

Дипломатическая коммуникация в форме переписки сопровождается строго выверенными правилами международного протокола:

- вежливость и уважение адресанта к адресату (недопустимы резкие выражения, туманные и неясные сокращения и употребление слов, имеющих двойное толкование);

- соблюдение правил составления, оформления и пересылки документа (качество и размер бумаги, нота бланка и конверта);

- отражение в тоне изложения проблемы состояние межправительственных отношений и цели коммуникации;

- следование требованиям к языку составления документа (как правило, документ готовится на языке адресанта, однако может прилагаться перевод на язык получателя, что предотвращает возможность искажённо или даже извращённо толковать смыслы, заложенные в текст, или доносить национальные тонкости употребляемых фразеологизмов, пословиц, иных языковых нюансов);

- особое внимание придавать символизму (форма обращения; завершающий письмо текст и пр.), заложенному в содержание переписки, что является индикатором уровня и сути дипломатической коммуникации, отражающей важность международного события, его сложность, конфликтность и пр. «Например, если документ начинается словами: «Господин Министр» или «Господин Посол» и заканчивается «С уважением» (без «искреннего» или «глубокого»), то это свидетельствует о намерении автора сделать ноту сдержанной, например, сообщая о каких-то серьёзных разногласиях в оценке тех или иных событий. Автор письма может начать личную ноту и такими словами: «Уважаемый господин Министр» или «Уважаемый господин посол» и закончить комплиментом: «С искренним уважением», с тем, чтобы придать документу более тёплый и дружеский характер» [Рамазанова, 2009].

- соблюдение профессионального дипломатического языка (терминологии), что должно свидетельствовать, с одной стороны, об уровне официальной коммуникации при личном общении сторон или в подготовленных текстах международных договоров (основу межгосударственного общения составляют языки Организации Объединённых Наций: английский, арабский, испанский, китайский, русский, французский), с другой стороны, – об уровне профессионального единомыслия, фиксируемого через употребление специального терминологического и фразеологического аппарата, используемого во внутриведомственной коммуникации.

– соблюдение дипломатического стиля, который «...отличается, прежде всего, простотой и ясностью; под этим подразумевается не простота ремесленнического способа выражения, а классическая форма простоты, которая умеет выбирать при каждом предмете единственное подходящее для данных обстоятельств слово и которая, к примеру, избегает употребления имени прилагательного, когда для правильной передачи мысли в этом нет абсолютной необходимости...<>...Не всякий хороший стилист, будь он действительно таковым, является в то же время хорошим дипломатическим стилистом. Нет, этого названия заслуживает только дипломат, и именно тот дипломат, который и в письменной области умеет проявить себя как полностью дееспособный представитель своей профессии» [Wildner, 1959:145–146].

Если нота – это письменная форма коммуникации между государственными структурами, то «Запись беседы», проведённой с представителями дипломатического корпуса иностранных государств или гражданами страны пребывания дипломата, проводившего встречу, – форма внутриведомственной коммуникации (не имеет строго принятых правил подготовки документа), отражающая тему беседы, а также выявленные в процессе коммуникации намерения стороны, интонации, оценки и прочие нюансы коммуникативного процесса. Ценность дипломатического работника в значительной степени оценивается умением грамотно и объективно излагать полученный в ходе коммуницирования материал.

Профессиональный язык: смыслы, стиль, грамматические особенности

Характерными признаками профессионального языка дипломатической коммуникации, по мнению Е. И. Шейгала, являются «смысловая неопределённость (политик часто предпочитает высказывать своё мнение в максимально обобщённом виде), фантомность (многие знаки политического языка не имеют реального денотата), фидеистичность (иррациональность, опора на подсознание), эзотеричность (подлинный смысл многих политических высказываний понятен только избранным), дистанцированность и театральность» [Шейгал, 2000а: 63–66]. Профессионализм дипломатического языка означает, как правило, закомуфлированность истинного смысла сообщений или явлений. «Так, например, понятная «фраза мы разрываем с вами отношения» в устах дипломата может звучать примерно так: правительство будет вынуждено позаботиться о своих собственных интересах и оставляет за собой свободу действий. Или фраза «правительство не позволит» на языке дипломатии будет звучать: правительство считает возможным сохранить за собой право. Подобных клише в языке дипломатии множество. И именно к ним прибегает дипломат в периоды самых острых международных конфликтов» [Рамазанова, 2009].

Слово как семантическая единица дипломатического документа является важнейшим носителем вкладываемого в документ содержания. Известное выражение Горчакова, содержащееся в циркулярной депеше русским дипломатическим представительствам за границей от 21 августа 1856 года, артикулировало основу внешней политики России на долгие годы вплоть до сегодняшнего дня: «Россия не сердится – Россия сосредотачивается». Немало формулировок вошли в обыденную дипломатическую практику как концентрированные формулировки международных процессов: «мир без аннексий и контрибуций», «холодная война», «красная черта»,

«трамплины агрессии», «политика с позиции силы», «балансирование на грани войны» и др. «Умелое применение в дипломатическом документе языковых средств (афоризм, антитеза, исторические экскурсы и аналогии, обращение к литературным произведениям. – Прим. автора.) порождают образы...пополняя промежутки между строчками тем содержанием, на которое наталкивает его эти образы и которое досказывает ему собственный опыт и кругозор» [Ковалёв, 1977: 146].

Охарактеризуем некоторые языковые особенности дипломатического стиля:

– имеет место употребление международной дипломатической терминологии латинского и французского происхождения (в дипломатических текстах иногда в латинском написании *persona non grata*, *status quo*, право *veto* и т. д.);

– «Дипломатические тексты отличаются наличием слов и сочетаний общелитературного языка, которые в определённых значениях употребляются в качестве терминов, стилистически связанных только с языком дипломатических документов: протокол (совокупность общепризнанных правил международного общения), сторона (имеется в виду определённое государство и его правительство, участвующее в переговорах), невмешательство и т. п.» [Баландина, 2011: 6–16];

– характерной особенностью дипломатического языка является принятый в официальных коммуникациях «мы-подход», частое употребление отглагольных имён существительных (распространение, доставка, запрещение, разоружение), событийных имён (война, мир, безопасность и др.); грамматической категории долженствования, сглаживаемого в большинстве случаев гибкими формулировками, и, в редких случаях, носящего ультимативный характер;

– как правило, применяется позитивная коннотация вербального или невербального послания, употребление комплиментов, похвалы, эмоционального выражения с позитивной коннотацией оценки актора дипломатической деятельности, его действий и достижений;

– особенностью синтаксиса дипломатических документов является его сложность, изобилие причастных оборотов и сложноподчинённых предложений, перечислениями большого числа однородных членов. Несмотря на то, что практически все документы, исходящие из дипломатического ведомства, являются правовыми документами, их вид и форма отличается от общепринятых в сфере юриспруденции. Дипломатический стиль является яркой противоположностью так называемого, «инженерного» стиля письма, оперирующего краткими лексическими формами. «Инженерный стиль научного письма, если вкратце, – это писать, следуя императивному правилу «сокращать фразу до размера мысли» [Понкин, 2019]. «Соображения прагматизма требуют, чтобы мы (юристы. – Прим. автора.) излагали наши мысли в юридическом документе максимально кратким образом... Бывает и наоборот: ясность, понятность и эффективность юридического письма могут быть достигнуты только путём подробного изложения, имеющего целью разъяснить читателю какой-либо сложный вопрос... Чтобы обеспечить точность изложения и исключить различное толкование, часто приходится прибегать к детальному изложению и повторениям слов, словосочетаний, а иногда даже и предложений. Это, безусловно, утяжеляет текст, но отказ от детализации и повторов может быть рискованным» [Хазова, 2012: 34].

В дипломатических документах и речах, как мы уже отмечали, символизм и недосказанность является отличительной чертой профессиональной коммуникации. Например, в МГИМО учат не только владеть дипломатическим языком, но и переводить его на обычный «человеческий». «В речах дипломатов очень многое надо читать между строк, учитывая, кто говорит, когда говорит, где говорит, кому говорит и в каком контексте говорит» [Синютин, 2021]. Например, фраза «Встреча прошла в тёплой, дружеской обстановке». Переводится как «Стороны относятся друг к другу хорошо, но договориться ни о чём не смогли. Каждый остался со своими интересами и при своём мнении» ...или: «Стороны пришли к соглашению о сотрудничестве в области (любой)». Перевод: Одна сторона пришла на встречу с чёткими, проработанными предложениями. Другой стороне в целом предложения понравились. Надо ещё обсудить детали, поторговаться, но в целом можно готовить подписание контракта» [Там же]. В дипломатической академии в своё время преподавался курс «Основы криптодискурса» (скрытой речи), в котором обосновывалось понимание двух уровней дипломатического или публицистического дискурса: внешнего, формально-фактологического и «сущностного» – реального энергетического наполнения дискурса (метатекста).

Устные жанры дипломатической коммуникации

К устным жанрам дипломатического дискурса, в которых реализуется цель информирования, относятся переговоры, беседы, выступления, ответы руководящих деятелей государств на обращения или вопросы представителей общественных организаций или отдельных лиц, интервью, комментарии для СМИ, пресс-конференции, брифинги, телефонные разговоры, телеграммы. «Особым видом устных документов являются тосты. Это одно из важнейших средств для главы государства высказать свою позицию по тем или иным вопросам в неформальных условиях» [Подзолкова, 2010: 3–5].

Важнейшей формой дипломатической профессиональной коммуникации является дипломатический протокол. Авторы дипломатического словаря понимают под дипломатическим протоколом «совокупность общепринятых правил, традиций и условностей, соблюдаемых правительствами, ведомствами иностранных дел, дипломатическими представительствами, официальными лицами в международном общении» [Громыко и др., 1986: 443]. Дипломатический протокол как «форма иерархического порядка, выражение хороших манер в отношениях между государствами, и, подобно вежливости – одной из основных форм повседневной жизни, – протокол является совокупностью правил поведения правительств и их представителей по официальным и неофициальным поводам ... <> ... Намеренное нарушение этикета всегда расценивается как рассчитанная демонстрация недоверия к дипломату и неизбежно отражается на отношениях между двумя соответствующими правительствами. Любое нарушение этих правил создаёт трудности для стороны, допустившей нарушение, так как она должна будет принести извинения и найти способ исправить ошибку» [Вуд Дж., Сера Ж, 2000:16, 41]. Важность протокола как совокупности правил, реализуемых в конкретных практиках поведения дипломатов и членов их семей, подтверждается наличием специального подразделения как в

Министерстве иностранных дел, так и в дипломатических представительствах за рубежом, которые осуществляют обеспечение внешнеполитических мероприятий, организацию и проведения дипломатических приёмов, соблюдение норм международного права в связи с деятельностью посольств, представительств международных организаций и их персонала.

«Многие нормы дипломатического протокола (поведения), такие, например, как порядок нанесения визитов, ведения беседы, организации приёмов, принципы рассадки за столом на официальных завтраках и обедах, ведения переписки, применения визитных карточек» [Егоров, 2013] и др. регламентируются системой норм и правил международного общения с учётом национальных традиций и исторических особенностей. «В рамках вопроса о дипломатическом протоколе необходимо обратиться к соотношению таких понятий, как «международная вежливость», «международный этикет» и «дипломатический церемониал», «международно-правовой обычай» и «международное обыкновение»» [Черняк, 2012]. Приведём перечень особых коммуникативных профессиональных ситуаций и церемониала в дипломатии, которые требуют особых практик: организационно-протокольное обеспечение визита иностранной делегации; установление дипломатических отношений (вручение верительных грамот, организация и проведение международной конференции, протокольные визиты, переговоры с зарубежным партнёром; протокольное реагирование на отдельные события, дипломатические приёмы и др.).

Дипломатическая коммуникация теснейшим образом связана с межкультурной коммуникацией, которая играет важнейшую роль в установлении полезных контактов. «Различия в мировоззрениях, нормах поведения усложняют межкультурные контакты. Поэтому мы считаем, что изучение невербальных средств, этикета и культурных особенностей стран и народов является такой же необходимостью, как и изучение самого языка для представителей многих профессий, связанных с международными контактами, и в первую очередь – дипломатов» [Трабелси, 2013].

Невербальные символические формы коммуникации, определённые поведенческие стратегии в профессиональной дипломатической среде являются важным проявлением вектора развития международных связей и отражают уровень дипломатических отношений и возможные направления их развития. «Дипломатическое невербальное поведение охватывает все: от личных жестов до манипуляций военными силами, местом и форматом встреч, а также формой переговоров и уровнем делегаций... Например, рукопожатие обычно используется как метафора качества межгосударственных отношений, перенося язык личных отношений на международную арену. Некоторые аналитики выявили целых двенадцать различных типов рукопожатий, среди которых мы можем найти политическое, или дипломатическое, рукопожатие. Рукопожатие политика – это чрезмерно интимное и сверхсерьёзное двуручное рукопожатие, которое прозрачно неискреннее. Левая рука манипулирует, толкает или тянет, направляет каким-то образом, в то же время требуя чрезмерной близости, хватая руку, запястье, предплечье, плеч или даже шею другого, в то время как правая рука держит его правую руку. Рукопожатия политиков часто специально продлеваются для фотографов» [Хонарджу, 2018]. Существенную невербальную роль играет внешний вид дипломата. Облачение

во фрак, мундир, костюм или джинсы при значимом международном событии или мероприятии является существенным символом и замыслом для демонстрации коннотации определённого отношения к событию или адресанту. Так и отклонение от протокола становится способом отправки положительного или отрицательного сигнала.

Несмотря на веками установившиеся нормы и правила дипломатической коммуникации, в последнее время, в связи с депрофессионализацией дипломатического корпуса за счёт снижения уровня подготовки требуемых кадров и рекрутирования в систему работников, не имеющих специальной подготовки, ростом тенденции активного замещения контингента дипломатических представительств женщинами (нормы и правила коммуникации исторически были ориентированы на мужские формы общения), современная дипломатическая коммуникация претерпевает существенные изменения. Например:

1. Европейские и американские политики последнее время всё больше переходят с дипломатического на бытовой язык... Россия же продолжает методично использовать в международных коммуникациях только дипломатический язык. «Но, тем не менее, под заметным влиянием непрерывно ведущихся информационных войн в языке российской дипломатии происходят изменения, и дипломатический язык становится всё более свободным от традиционных ограничений» [Беляков, 2016];

2. Коммерциализация дипломатической деятельности приводит к тому, что «в XXI веке от профессионального дипломата будут востребованы качества менеджера, координатора и интегратора дипломатии-катализатора» [Глаголев, Бирюков, Зарубина и др., 2010: 177]. «Всё большее значение в последнее время придаётся экономической дипломатии (научной дипломатии – Прим. автора) ...Уже в начале XX века в министерствах иностранных дел и посольствах появились экономические отделы. Однако сегодня экономический аспект глобализации стимулирует внешнеполитические службы на гораздо более активное участие в коммерческих предприятиях» [Зонова, 2007]. Естественно, изменение функционала дипломатических ведомств повлечёт за собой изменение языка профессиональной коммуникации, а также формы и методы её вербальной и невербальной реализации;

3. Поскольку «наряду с традиционной дипломатией активно развивается публичная дипломатия, направленная на информирование зарубежной массовой аудитории, а также влияние на общественное мнение за рубежом с учётом собственных государственных интересов» [Цветков, 2010: 110], язык дипломатии будет постепенно дрейфовать в сторону публицистики, тесно связанной со средствами массовой информации (радио, телевидение, пресса, Интернет).

Список литературы

Баландина Л. А. Язык дипломатии: традиции и современность / Л. А. Баландина, Г. Ф. Кураченкова // Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия. Материалы Международной научно-практической Интернет-конференции / Отв. ред. В. Ю. Меликян. Ростов н/Д : Ростиздат, 2011. 259 с.

Беляков М. В. Проблема переключения вербальных кодов в дипломатическом дискурсе / М. В. Беляков // Вестник Московского государственного областного университета. 2016. № 1. С. 1–5.

Васюра С. А. Коммуникативная активность представителей разных профессиональных групп / С. А. Васюра // Известия российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2009. № 105. С. 129–136.

Вуд Д. Дипломатический церемониал и протокол: принципы, процедура и практика / Д. Вуд, Ж. Сарре. М. : Прогресс, 1976. 133 с.

Бирюков Н. И. Межкультурная коммуникация в условиях глобализации / Н. И. Бирюков, Н. Н. Зарубина, Т. В. Зонова [и др.]. М. : Аспект Пресс, 2010. 216 с.

Громыко А. А. Дипломатический словарь. В 3 т. Т. 2 / А. А. Громыко, А. Г. Ковалёв, П. П. Севостьянов. М. : Наука, 1986. 443 с.

Давтян О. С. Этикет делового письма / Олег Давтян; Санкт-Петербургское государственное унитарное предприятие по обслуживанию иностранных представительств «Инпредсервис». Санкт-Петербург : Коста, 2016. 158 с.

Егоров В. П. Дипломатический протокол и этикет : учеб. пособие / В. П. Егоров. М. : Юридический институт МИИТа, 2013. 200 с.

Зонова Т. В. Современная дипломатия: проблемы и перспективы / Т. В. Зонова // Вестник Российского Университета дружбы народов. Серия: международные отношения. 2007. № 4. С. 5–21.

Ковалёв А. Г. Азбука дипломатии / А. Г. Ковалёв. М. : Международные отношения, 1977. 264 с.

Кожетева А. С. Лингвопрагматические характеристики дипломатического дискурса (на материале вербальных нот) : автореф. дис. канд. филолог. наук : 10.02.19 / Кожетева Анна Сергеевна ; Моск. гор. пед. ун-т. Москва, 2012. 22 с.

Кравец Т. Н. Дискурсивные особенности современной дипломатической коммуникации // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. 2017. Т. 12, № 5. С. 54–63.

Подгорецки Ю. Социальная коммуникация – наука XXI века / Ю. Подгорецки // Историческая и социально-образовательная мысль. 2015. Т. 7, № 2. С. 157–163.

Подзолкова И. Р. Протокольная речь как вид политического дискурса / И. Р. Подзолкова // Актуальные вопросы гуманитарных и естественных наук. 2010. № 9. С. 401–407.

Понкин И. Методология науки: инженерный стиль научного письма Короткие формулировки в научном исследовании / И. Понкин, А. Редькина // Русская народная линия. Православие. Самодержавие. Народность. Информационно-аналитическая служба : [сайт]. 18.08.2019. URL: https://ruskline.ru/analitika/2019/8/2019-08-19/metodologiya_nauki_inzhenernyjstil_nauchnogo_pisma (дата обращения: 10.10.2020).

Рамазанова С. С. Язык текстов дипломатических сообщений как подструктура языка... / С. С. Рамазанова // Вестник российского университета дружбы народов. Серия: русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2009. № 4. С. 24–32.

Сакун О. Ф. Дипломатическое ремесло / О. Ф. Сакун. М. : Международные отношения. 2007. 440 с. (дата обращения: 10.10.2022).

Соколов А. В. Библиосфера и инфосфера в культурном пространстве России. Профессионально-мировоззренческое пособие / А. В. Соколов. М. : Ассоциация школьных библиотекарей русского мира (РШБА), 2016. 384 с.

Торбик Е. М. К проблеме определения понятия профессиональная коммуникация / Е. М. Торбик // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. № 10. С. 288–291.

Трабелси Х. Лингвокоммуникативный анализ дипломатического дискурса : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.01 / Трабелси Хайфа ; Гос. ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина. Москва, 2013. 201 с.

Черняк Л. Ю. Правила дипломатического протокола как разновидность международного обычая / Л. Ю. Черняк // Сибирский юридический вестник. 2012. № 4 (59). 2012. С. 115–121.

Хазова О. А. Искусство юридического письма. 2-е изд., испр. и дополн. / О. А. Хазова. М. : Юрайт, 2012. 181 с.

Хонарджу А.Л. Национальная специфика невербального дипломатического поведения / А. Л. Хонарджу // Актуальные проблемы языкознания. 2018. Т. 1, С. 299–302.

Цветков А. Ю. Публичная дипломатия как ресурс внешней политики: проблема эффективности / А. Ю. Цветков // Вестник СПбГУ. Сер. 6. 2010. Вып. 3. С. 110–116.

Шарков Ф. И. Генезис социологических школ и теорий коммуникации / Ф. И. Шарков // Коммуникология. 2015. Т. 3, № 4. С. 15–30.

Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. Ин-т языкознания РАН ; Волгогр. Гос. пед. ун-т. Волгоград : Перемена, 2000а. 368 с.

Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Елена Иосифовна Шейгал. Волгоград : 2000b. 431 с.

Wildner H. Die Technik der Diplomatie / J. Wien. Springer Julius Springer, 1959. Pp. 14.



Комиссаров Сергей Николаевич
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
prcult@mail.ru

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА КАК ОБЪЕКТ ИНФОРМАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Аннотация. В статье проанализировано изменение информационно-технологических условий существования российской культуры, превращение художественно-творческого процесса в массовое символическое производство, меняющее характер художественного творчества, определяющего особенности распространения художественных произведений и потребление художественных ценностей. Автор показывает суть глобализации как «культурной революции», рассчитанной на замещение традиционной российской культуры масскультом, обслуживающим американский гегемонизм.

Ключевые слова: культура, культурные изменения, художественное творчество, российская культура, глобализация, культурный код, трансформация культуры

Komissarov Sergey N.
Institute of Sociology, FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
prcult@mail.ru

DOMESTIC CULTURE AS AN OBJECT OF INFORMATION IMPACT

Abstract. The article analyzes the change in the information technology conditions for the existence of Russian culture, the transformation of the artistic and creative process into a mass symbolic production that changes the nature of artistic creativity, which determines the features of the distribution of works of art and the consumption of artistic values. The author shows the essence of globalization as a «cultural revolution» designed to replace traditional Russian culture with mass culture serving American hegemonism.

Keywords: culture, cultural changes, artistic creativity, Russian culture, globalization, cultural code, culture transformation

С начала XXI века Интернет «из специализированной компьютерной сети» превратился в «социальную систему» [Силаева, 2008: 101], параллельную реальной и пронизывающую всю «социальную морфологию (структуру) обществ» [Владимирова, 2007:45; Моль, 2007: 45] и, прежде всего, духовно-культурную сферу, определяя становление «мозаичной культуры», в которой «знания формируются в основном не системой образования, а средствами массовой коммуникации». «Человек, – писал Э. Кассирер, – живёт отныне не только в физическом, но и в символическом универсуме» [Кассирер, 1988: 29].

Культуролог В. Винников считает, что «вторая мировая война дала гигантский толчок развитию идеального производства, о котором впервые упомянули всё те же Маркс и Энгельс в «Манифесте Коммунистической партии», – то есть производства информации и её производных ценностей как информации об информации», поэтому современное человечество проходит «новую стадию рабовладения», в котором вместо эксплуатации физических сил человека эксплуатируются его «интеллектуальные и душевные силы» [Винников, 2009].

За последние 50–70 лет информационные технологии превратили преимущественно стихийный процесс развития культуры в особый вид массового символического производства. Экспоненциальное увеличение культурных форм сопровождалось качественным изменением способов их воспроизводства, содержательных параметров и социального резонанса культурных изменений. С учётом того, что ныне «уровень проникновения Интернета в российское общество составляет 90%, степень сетевого охвата превышает 90%» [Васильев, 2021: 44]; в систему потребления продуктов этого массового производства втянуто большинство населения страны. При огромном потенциале развития способностей человека новый вид коммуникации в реальной действительности привёл к «преобразованию коммуникационной инфраструктуры в набор «огороженных садов», управляемых сетевыми операторами в соответствии с их конкретными бизнес-интересами, что создало основные препятствия для расширения новой цифровой культуры» [Кастельс, 2016: 131].

Геополитическая стратегия глобализма была рассчитана на подавление национально-государственных суверенитетов, обязательным условием которого была аннигиляция национальных культур. Поэтому глобализация представляла собой «культурную революцию» [Карпухин, 2019], рассчитанную на замещение культурного многообразия культурой атлантизма как идеального духовно-ценностного оправдания американского гегемонизма. Революция в IT-технологиях была использована для создания «условий, необходимых для процветания наших интересов и ценностей», как буквально написано в «Национальной стратегии для нового столетия», принятой США в 1997 г. А информационная мощь американско-европейских СМИ и экспансия атлантической культуры стали новым видом оружия для завоевания мирового господства.

Прежде всего, эта стратегия была рассчитана на российскую культуру, процесс вытеснения которой из духовного пространства страны Валентин Распутин назвал «культурной интервенцией». Технологией такой интервенции стали Интернет и социальные сети, распространяющие по всему миру так называемую «электронную», «мозаичную» или «сетевую» [Васильев, 2021] культуру, в которой нивелируется личностное восприятие искусства и участие в культуре «наших братьев меньших» [Горшков, 2014: 8].

Деятельность Запада в информационно-культурной сфере после конфликта на Украине обрела настолько откровенный характер и такие гигантские масштабы, что со всей серьёзностью встаёт вопрос об информационно-культурной безопасности нашей страны. Разрушению подвергаются устоявшиеся культурные коды, идеалы высокого искусства подменяются низкопробными стандартами масскульта, оправдывается нравственно недопустимое и не приемлемое с точки зрения традиционной культуры. В информационном поле Европы и США доминирует антироссийская позиция, и допуск к страницам печати, телеэкрану имеют только те наши соотечественники, которую эту позицию разделяют.

Информационно-культурный поток с Запада превратился в дезинформационное разрушительное цунами, противостоять которому не дают, осуществляя политику «культуры отмены», которая является отменой культуры. Но не только российской, на

пути которой воздвигнут «железный занавес», но и культуры как таковой, потому что взаимодействие, диалог культур заложены в природе человеческой культуры. Развитие национальных культур является иммунитетом от дестабилизирующего информационно-культурного влияния человеконенавистнической идеологии Запада и масскульта как её «культурного» сопровождения.

Культурная экспансия включает такие исторически чуждые россиянам «ценности», как меркантилизм и агрессивно-потребительское отношение к людям как к средству достижения своих целей, беспринципность и бессовестность, развязность и демонстративное пренебрежение общественными нормами. Справедливость и доброту пытаются объявить синонимами идиотизма. Исподволь и напролом в душу человека вживляют такую «конструкцию»: всё – в том числе любовь, дружба, талант – чего-то стоит в денежном выражении; ценность человека измеряется его рыночной ценой; ради успеха можно – и нужно! – идти на все. Состраданию – одному из главных отличий человека от животного – в этой антигуманной конструкции места нет.

«Но в нашей духовной традиции человек жил и по-прежнему живёт во имя человека, а не во имя денег: у русских высоко развито ценностное отношение к людям, впрочем, как и ко всем предметам вообще», – считал Н. О Лосский. В российской культурной традиции «Я» всегда соотносилось с «Мы» – не растворяясь, а органично сочетаясь с ним. Вся русская культура по сути своей антибуржуазная, антимещанская и антимеркантильная.

В отечественной культуре смысл человеческой жизни в кошельке не уместается, что абсолютно противоречит навязываемой нам западной морали и показывает органическую несовместимость двух нравственных систем: или мы нужны друг другу, или нам нужны деньги – других вариантов взаимоотношений между людьми, обозначенных ещё в Древней Индии, не бывает. Для русского же человека деньги могут быть только средством, целью быть не могут. «Нет опасней человека, <...> который равнодушен к судьбам родной страны, к судьбам ближнего, ко всему, кроме судеб пущенного им в оборот алтына», – писал об этом М. Е. Салтыков-Щедрин.

Такого рода фундаментальные константы лежат в основе каждой цивилизации и составляют генотип национальной культуры как их ценностное ядро. Для нас такими константами являются **добро** как нравственный императив, **правда** – как единственная истина, **красота** как внутренняя установка восприятия мира. «Правда и красота всегда составляли главное в человеческой жизни и вообще на земле», – говорил А. П. Чехов, выразив точку зрения всего народа. В коренной основе генотипа национальной культуры заложены и такие опорные ценности, как **совесть**, которую А. И. Герцен называл самым беспощадным инквизитором, **любовь**, которая, как говорил М. М Пришвин, возвышает человека и обнимает весь мир, **справедливость** – как вождельный способ социального устройства. В течение столетий формировались другие краеугольные основания отечественной культуры и нравственности: общинность, соборность, коллективизм; приоритет духовного над материальным, доброта и скромность в отношениях с людьми, и т. д.

«Война всех против всех» – точное определение цивилизации, ценности которой под видом «общечеловеческих» и «демократических» навязывают сейчас всему миру в процессе культурно-информационной экспансии. Это в принципе противоречит

природе российской цивилизации, «замешанной» на коллективности, соборности, солидарности. «Человек человеку друг» – конечно, так не формулировали, но именно так *жили* наши предки. И такое жизнеустройство в конкретных пространственно-временных координатах обеспечивало выживаемость племени, рода. Поэтому человек – друг – такой же, равный, ближний, всякий человек другому, – писал В. И. Даль.

Острые экспансии Запада направлено в первую очередь на разрушение фундамента духовного мира российского человека. Привычное для нас чувство локтя пытаются объявить инстинктом стада, логику товарищества подменяют логикой: «если ты протянешь мне руку, я подставлю тебе ногу» или, например, «друг – величина изменчивая, враг – постоянная». Нас пытаются превратить в стаю одиноких волков, навязать культ «одноклеточных» индивидуумов, чуждых всем другим людям, провозгласить «свободу совести» свободой от совести – как сказал бы Ключевский, то есть подменить принцип «человек человеку друг» принципом «человек человеку волк».

Но это же совсем другое измерение по сравнению с отечественной ценностно-смысловой парадигмой, в основании которой лежит «соборная» личность, «вмещающая» в себя всех людей, какие бы трансформации она не претерпевала в исторических катаклизмах последних веков. Нас пытаются заставить свернуть со своей дороги, которая вывела народ к вершинам современной общечеловеческой цивилизации через тысячелетия испытаний, войн, страданий, освоения огромных пространств и тяжелейшего труда. Нам предлагают поменять душу, навязать нам новую религию рабов, которым дозволено безудержное потребление, любые – в соответствии с оплаченным счётом – удовольствия и перформансы, все, кроме посягательства на беспрекословную власть и баснословную собственность «золотого миллиарда».

Несмотря на возрастающую мощь информационно-культурного «облучения», почти половина наших сограждан (около 47%), безусловно, согласны с тем, что России подходят не либерализм, индивидуализм и западная демократия, а чувство общности, коллективизм и жёстко управляющее обществом государство. Тех же, кто это утверждение отвергает, оказалось в целом почти в 2 раза меньше – четверть опрошенных [Андреев, 2009: 9].

Благодаря информационной войне против России изменились не только конфигурация пространства культуры [Лащук, 2018: 105] включая внутренние структурные смещения, но и её содержательно-качественные характеристики, а также механизмы социального функционирования и сама технология воспроизводства культуры в условиях рынка. Новые информационные технологии, сместив центр тяжести инфраструктуры культуры в область СМИ, прежде всего Интернета, перекроили процесс межличностных коммуникаций и запустили процесс виртуализации искусства. Открывшиеся беспрецедентные возможности для взаимодействия и взаимообогащения культур в нынешней геополитической обстановке используются преимущественно для культурной экспансии американизма.

Описанные выше обстоятельства со всей серьёзностью ставят вопрос об информационной политике государства, адекватной современным процессам,

протекающим в сфере массовой информации. В России в деятельности средств массовой информации особое значение приобретает такая принципиально новая функция, как духовная и культурная консолидация раздираемого противоречиями общества и всей огромной страны. Нужна такая модель развития современного культурно-информационного социума, которая была бы ориентирована на полное использование ресурсов российской культуры в практике социально-культурного бытия россиян. В этом и смысл модернизации сферы культуры и искусства, которая призвана создать современную российскую культурную среду, которая отторгала бы всё то, что противоречит духовным идеалам и духовно-нравственной практике россиян. Именно такая культурная среда и позволит создать необходимую модель культуры, сформировать соответствующее общественное мнение, которое не станет игнорировать потенциал ресурсов культуры, накопленный на основе высоких духовных идеалов в политике и экономике.

Список литературы

- Андреев А. Л.* Российский менталитет и проблема модернизации / А. Л. Андреев // Мониторинг общественного мнения. 2010. № 3 (97). С. 115–135.
- Горшков М. К.* Проблемы национальной безопасности в информационном обществе / М. К. Горшков // Власть. 2014. № 11. С. 6–12.
- Васильев Н. А.* Социальные сети. Формирование нового социального мира / Н. А. Васильев, С. Н. Комиссаров // Гуманитарий Юга России. 2021. № 4 (50). С. 43–61.
- Винников В. Человек сердца // Завтра. 2009. № 53 (841). С. 3. URL: <https://pub.wikireading.ru/153281> (дата обращения: 21.10.2021).
- Владимирова Т. В.* Сетевые коммуникации как источник информационных угроз / Т. В. Владимирова // Социологические исследования. 2011. № 5. С. 123–129.
- Карпухин О. И.* Глобализация как новая культурная революция / О. И. Карпухин, С. Н. Комиссаров // Социально-гуманитарные знания. 2019. № 6. С. 7–19.
- Кассирер Э.* Опыт о человеке: Введение в философию человеческой культуры / Э. Кассирер // Проблемы человека в западной философии. Переводы / Сост. и послесл. П. С. Гуревича ; общ. ред. Ю. Н. Попова. Москва : Издательство «Прогресс», 1988. С. 3–30.
- Лашук И. В.* Теоретико-методологические и операциональные основания социокультурного анализа современного общества / И. В. Лашук // Россия реформирующаяся : Ежегодник. Вып. 16. М. : Новый Хронограф, 2018. С. 104–119.
- Силаева В. Л.* Интернет как социальный феномен / В. Л. Силаева // Социологические исследования. 2008. № 11. С. 101–107.
- Кастельс М.* Власть коммуникации: учеб. пособие / М. Кастельс ; пер. с англ. Н. М. Тылевич ; под науч. ред. А. И. Черных ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016.



Кочкин Антон Андреевич
Краснодарский университет МВД России,
Краснодар, Россия.
mr.ko4ckin@yandex.ru

«ВАУ-ЭФФЕКТ» ДЕВИАЦИИ В МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ ИЛИ КАК МЫ ПИТАЕМСЯ НЕНОРМАЛЬНОСТЬЮ

Аннотация. В настоящей работе рассматривается становление образа протагониста-девианта в литературных и кинематографических произведениях, его вариации, ключевые элементы, эволюция образа протагониста-девианта, его место и значение в социо-культурном коде и постмодернистском дискурсе.

Ключевые слова: девиация, аутсайдер, аниме, кино, манга, Донна Тартт, Виктор Пелевин

Kochkin Anton A.
Krasnodar University of the Ministry of Internal Affairs of Russia,
Krasnodar, Russia.
mr.ko4ckin@yandex.ru

THE «WOW EFFECT» OF DEVIATION IN POPULAR CULTURE OR HOW WE FEED ON ABNORMALITY

Abstract. This paper examines the formation of the image of the deviant protagonist in literary and cinematic works, its variations, key elements, the evolution of the image of the deviant protagonist, its place and significance in the socio-cultural code and postmodern discourse.

Keywords: deviation, outsider, anime, cinema, manga, Donna Tartt, Victor Pelevin

Повседневность в последние десятилетия стала камертоном социологических исследований, в связи с чем была создана целая плеяда концепций и методологий, приоткрывающих завесу над тем, как люди ведут себя в общественном транспорте, как именно дальнобойщики разговаривают между собой, что первым говорит человек, когда понимает телефонную трубку, как животные и техника становятся членами социального взаимодействия и тому подобное. Особое место в повседневной деятельности индивида занимает отдых. Отдых имеет свою определённую темпоральность, ритуалистику и обычаи, связанные с тем, как, где и с кем его проводить. Нередко человек отдыхающий проводит время за просмотром или чтением чего-нибудь остросюжетного, «саспенсного», пугающего, манящего, рвущего, метущего, зовущего – словом, человек нуждается, как это было всегда, в хлебе и зрелище. Почему бы и нет? Другой вопрос, что мы смотрим, какие персонажи нас влекут и как они себя ведут? Попробуем разобраться.

Сделаем ремарку: в настоящей работе мы ограничимся изучением кинематографических и литературных работ, которые, по нашему мнению, представляют собой наиболее типичные образцы для массового зрителя с соответствующими героями.

Начнём несколько наоборот и затронем образ героя, который побудил к написанию настоящего текста. Что привлекает читателя и зрителя? То, что выходит за

рамки его рутинных практик, что заставляет его абстрагироваться, трансцендироваться над реальностью, проще говоря, уйти туда, где «хорошо», то есть в некую реальность, где обыденные проблемы останутся позади. При этом необязательно, что контент, который поглощает зритель, должен быть с эстетической точки зрения качественным, собственно, как и протагонист какой-нибудь новеллы не обязательно должен быть новым особенным типом героя. Таким образом, человек может впасть в катарсис (именно так, а не только испытать удивление [Мур, 1984]) от просмотра проходного ужастика а-ля «Пила 69» или чтения роман по типу «Похотливый охотник и пытливая самка», чем, кстати, пестрят сейчас многие книжные интернет-магазины в разделе «популярно». Словом, жуть, но и такое бывает.

Итак, читатель и зритель влюбляется чаще всего в персонажей, реже – в сюжет или пучок твистов, который сопровождает сюжет. Приятно, когда можно сопереживать или сопоставить себя с протагонистом (или антагонистом, кому как угодно). Но герой, о котором мы говорим, как правило, независимо от жанра, от того, хорошее это кино или плохая книга (как минимум, не нон-фикшн), представляет собой нонконформиста, девианта.

Например, любая сенен-манга, равно как и аниме-сериал в этом жанре строятся примерно по одному типу. Так, возьмём популярную мангу Масаси Кисимото «Наруто». Кто он? Внешне обычный парень, однако в нём скрыта огромная сила девятихвостого лиса, которая перестраивает его характер и темперамент (Наруто безумно активный, кажется, у него синдром дефицита внимания и гиперактивности, но на фоне девятихвостого лиса, конечно), а в конечном итоге, когда эта сила раскрывается, делает его чуть ли не полубогом. Можно сделать поправку на то, что у аниме и манги изначально есть свой таргет, но это не помешало ему завоевать поклонников по всему земному шару, возрастная категория которых составляет от 10 до 45 лет. Такая же абсолютно история и с аниме «Блич», «Ван Пис», «Хвост Феи», да и с прочими другими. Причём это не издержки производства и не совсем законы жанра. Скорее, этот тот самый случай, когда спрос рождает предложение. И это легко показать, если выйти за рамки аниме-индустрии и коснуться, например, вселенной «Марвел» (Marvel) или «Диси» (DC).

Железные люди, зелёные люди, сверхчеловеки, супермены, тянущиеся люди, люди подводные – все они не от мира сего, даже если по канонам вселенной какой-то супер родился на планете Земля, все они девианты. Миллиардная аудитория, толпы фанатов. Все любят ненормальных, причём не всегда каких-то уникальных суперлюдей, у которых крутые врождённые нечеловеческие скиллы. Можно вспомнить Бэтмена, Джона Константина, Железного Человека, Карателя – в их рождении не было чуда, не прилетели они с другой планеты, просто они непростые талантливые ребята. Такое бывает. Даже когда мы говорим не о массовом производстве, не о шаблонном кино, а говорим, например, об авторском кино того же Уэса Андерсона или Джима Джармуша, то можем обратить внимание на то, что их герои типичные аутсайдеры. Они не заряжают чакру, не рубят демонов (по крайней мере в реальной жизни), просто не вписываются в социальную реальность.

Опять же трудно сказать, что это какой-то внутренний протест, бунт. Скорее, так получилось. Девиант он по природе своей девиант, так, что ли? Может, и да. Возьмем

работу Уэса Андерсона «Бесподобный Мистер Фокс» про лиса, который отдаётся своим физиологическим страстям, пускается во все тяжкие и невзначай под различными мнимыми или не очень предложениями плюёт на семейство, пытаясь его в то же время прокормить. Вообще говоря, это жёсткий социальный клин: поставить семью в опасное положение ради сквобов. Вероятно, найти пропитание можно и попроще, но нет, он, лис, лёгких путей не ищет. Но есть эта его лисья природа, природа вора, нонконформиста. Иначе нельзя.

И Джим Джармуш в фильме «Мертвец» создаёт образ аутсайдера. Ульям Блейк, главный герой, он же бухгалтер, он же поневоле поэт, он же убийца, он же скиталец. Человек, прибывший в город в поисках работы, опаздывает на фабрику и не получает желаемую должность, после чего начинается вереница событий, смертей и мистических библейских образов. Сам дух картины экзистенциален. Дикий запад. Смерть. Одиночество. Скитания. Всё это создаёт флёр отрешённости от мира, от правил и общества.

В книгах полно аналогичных примеров. В романе Донны Тартт «Щегол», повествующем о судьбе Теодора Деккера, мать которого гибнет в результате теракта, совершенного в музее Нью-Йорка, показан образ героя, жизнь которого в самом начале пути обрывается ввиду смерти родителей (формально отец мальчика погибает гораздо позже в результате дорожно-транспортного происшествия, однако с начала романа он не присутствует в жизни Теодора, поскольку он уже ушёл из семьи из-за проблем с алкоголем). Этот образ героя напоминает отдалённо образ Мерсо из «Постороннего», да и сам роман начинается с эпиграфа из Камю: «Абсурд не освобождает, он сковывает» [Камю]. Под конец книги мы узнаем, что Теодор Деккер совершает убийство в Амстердаме как бы случайно, не намереваясь никого убить, не планируя убийство. Просто так получилось. Иначе было бы нельзя спасти своего друга Бориса. И здесь есть очередная аллюзия к «Постороннему». Вспомним, как Мерсо убивает человека. Ему светило солнце – вот и все, так получилось. Параллели с творчеством Камю, творившим в экзистенциальной и абсурдистской парадигме, и тот факт, что герой романа Донны Тартт травестирует судьбу Мерсо, только подчёркивает его отрешённость. Отличительной особенностью романа «Щегол» являются множественные отсылки к массовой культуре, в частности к кинематографу. Нередко Тартт упоминает фильмы, аниме и сериалы, герои которых оказываются за рамками конвенциональных правил общества. К таким можно отнести аниме «Стальной алхимик», снятый по манге Хирому Аракавы, или киноленту «Убить Билла» Квентина Тарантино. Обе эти работы пронизаны чувством отрешённости, ненужности, покинутости. Герои обеих картин – аутсайдеры: в первом случае Эдвард и Альфонс пытаются воскресить свою мать с помощью магии (алхимии), однако в результате этой процессии Эдвард теряет руку и ногу, Альфонс – тело. В «Убить Билла» женщина режет самурайским мечом налево и направо, желая отомстить за смерть близких и за попытку убить ее.

В романе Виктора Пелевина «S.N.U.F.F» протагонист (он же Демьян-Ландульф Дамилола Карпов), вращаясь в сайфайной буре-сатире на политические реалии начала 2010-х, решает свои полулюбовные перипетии с женщиной-роботом [Пелевин]. Любовные предпочтения главного героя (любовь к женщине-роботу, мягко говоря), которые порождают кучу рефлексий на тему отношений между мужчиной и женщиной

и половой жизни в целом, иллюстрируют его сексуальную девиантность, которая генерирует ментальный (когнитивный) бум. Примечательно, что роман так же, как и работа Донны Тартт [Тартт], изобилует отсылками к массовой культуре, а именно к киновселенной «Марвел» и «Диси»²⁰.

Таким образом, можно сказать, что девиант (аутсайдер, нонконформист) – это универсальный герой нашего времени, будь он Печорин, Базаров, Онегин или Теодор Деккер. Эти герои – это лишь различные вариации на одну и ту же тему, гештальт остаётся один и тот же. При этом неважно, что речь идёт о супергерое в трико или о джентльмене из второй половины XIX века, и тот и другой – посторонний. Что же дальше?

Возвращаясь к Джиму Джармушу, мы хотим отметить, что весь фильм, опуская мистико-поэтико-библейские мотивы, является постмодернистской пародией на вестерн вообще. Это ключевой приём Джармуша, поскольку в фильме происходит деконструкция жанра. То же происходит с протагонистом-девиантом.

Аниме «Ванпанчмен», главный герой которого обычный парень, не обладающий выразительными чертами, не высокий, лысый, приземлённый, лишённый даже рефлексии и воображения (нарисован он максимально просто в классическом образе), благодаря обильным тренировкам получает небывалую силу – он способен уничтожить оппонента с одного удара. Особенностью образа героя выступает здесь то, что протагонист из нереального «трикошного» супера превращается в обычного пацана, который сломает любого благодаря своей особенной силе. Аналогичным путём идут герои сериала «Пацаны» (The Boys): супергерои, необычные от рождения, обладающие суперсилой, создают иллюзию спасения человечества, губя жизни людей, борясь за власть. Причём в сериале «Пацаны» образы протагонистов максимально напоминают персонажей «Марвел» или «Диси», однако изобилие смертей и то, как убивают эти супергерои и в какой обстановке, напоминает, скорее, сцены из какого-нибудь инди-хоррора.

На выхлопе мы получаем следующее: деконструкция (жанра), выступающая в качестве одного из ключевых элементов постмодернистского дискурса, из героя-девианта делает ключевого протагониста нашего времени во многих жанрах литературы и кино, но, продолжая эволюционировать, она же травестирует этот тип протагониста, превращая его в то, что, в свою очередь, пародирует тип девианта (пацан-супергерой без явных клишированных суперсил, классический супергерой-убийца (детоубийца)). Такой феномен напоминает фрактал по своей природе повторять себя, но не дублировать, а именно повторять саму суть эффекта подражания и травестирования: герой-отшельник (лишний человек, девиант, нонконформист, аутсайдер) – супергерой (супермен) – советский супермен (красный сын).

В итоге мы получаем некое подобие символической формы в контексте исследований Кассирера [Кассирер]: мы формируем новый мир, но эволюционирующие сознание не всегда успевает осознать само себя, в силу чего

²⁰ Примеры сексуальной девиации так же, как и у Пелевина, встречаются во многих современных художественных произведениях. См., например, Паланик Ч. Удушье. М.: АСТ, 2021. 320 с., Паланик Ч. Снафф. М.: АСТ, 2015. 256 с.

появляется побочный эффект в виде деконструкции жанра, который в конце концов начинает парадировать сам себя.

Список литературы

- Камю А.* Посторонний / А Камю. М. : АСТ, 2003. 816 с.
- Кассирер Э.* Философия символических форм: мифологическое мышление / Э. Кассирер. М. : Философские технологии, 2011. 280 с.
- Мур Дж.* Принципы этики / Дж. Мур. М. : Прогресс, 1984. 327 с.
- Пелевин В. S.N.U.F.F.* / В. Пелевин. М. : Эксмо, 2011. 440 с.
- Тартт Д.* Щегол / Д. Тартт. М. : АСТ, 2015. 1009 с.

EDN: АТТЕУО



Крыштановская Ольга Викторовна

Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия.
olgakryshht@ya.ru

Мещерякова Наталия Николаевна

Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия.
Natalia.tib@mail.ru

ВЫБОРЫ И СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СЕТИ

Аннотация. Доклад обосновывает утверждение, что политическая агитация в социальных сетях становится ключевым инструментом предвыборной кампании. В результате масштабного социологического исследования группа О. В. Крыштановской доказала, что партии-победители российских парламентских выборов имеют более широкую сетевую аудиторию и ведут более активную агитацию в сетевых сообществах. Перемещение избирательной активности в социальные сети требует от политических акторов изменения языка коммуникаций (спонтанности, искренности, речевого оборота от первого лица), а также новых форм самопрезентаций, например, геймификацию. Также освоение партиями языка и форм сетевого существования изменяет роль молодёжи в электоральном процессе.

Ключевые слова: социальные сети, социальная коммуникация, политические выборы, агитация онлайн, цифровая реклама, сетевая аудитория, геймификация, сетевая коммуникация

Kryshтанovskaya Olga V.

Russian State University for the Humanities,
Moscow, Russia.
olgakryshht@ya.ru

Meshcheryakova Nataliya N.

Russian State University for the Humanities,
Moscow, Russia.
Natalia.tib@mail.ru

ELECTIONS AND SOCIAL COMMUNICATION IN THE NETWORK

Abstract. The report substantiates the claim that political campaigning on social media is becoming a key campaign tool. As a result of our own sociological research, O. V. Kryshтанovskaya's group proved that the winning parties of the Russian parliamentary elections have a wider online audience and conduct more active campaigning in online communities. The shift of electoral activity to social networks requires political actors to change the language of communication (spontaneity, sincerity, first-person speech), as well as new forms of self-presentation, such as gamification. Also the mastering of the language and forms of online existence by parties changes the role of young people in the electoral process.

Keywords: social networks, social communication, political elections, online campaigning, digital advertising, online audience, gamification, online communication

Цель нашего доклада доказать, что на настоящий момент залогом успешной предвыборной кампании является использование социальных сетей для политической агитации. И субъект политического процесса, который продуктивнее своих оппонентов справляется с этой задачей, «takes it all».

Один из первых примеров активного использования социальных сетей в политической борьбе связан с противостоянием двух политических движений в США: *Tea Party movement*, зародившегося внутри республиканской партии как критическая реакция на социальную и фискальную политику правительства [Verman, 2010] и *Coffee Party*, возникшей уже в пике «чайной партии» и ориентированной на сотрудничество с правительством и умеренную критику влияния корпораций на политическую жизнь Америки [Zernike, 2010]. Первое из движений началось с призыва репортёра CNBC Рика Сантелли 19 февраля 2009 года на площадке Чикагской товарной биржи «попить чаю», что является безусловной отсылкой к «бостонскому чаепитию». Их оппоненты возникли после того, как публикация Аннабелл Парк 26 января 2010 года в социальной сети Facebook получила многочисленные положительные отклики, что побудило её открыть фан-страницу «Присоединяйтесь к движению Кофейной партии». Благодаря сарафанному радио и социальным сетям, группа выросла до более чем 155 000 последователей менее чем за шесть недель. К апрелю 2010 года число её членов на Facebook превысило 200 000, а каждое обновление статуса набирало около миллиона просмотров [Dan, 2010].

Следующий виток событий связан с предвыборной кампанией Дональда Трампа 2016 года. Вокруг неё до сих пор не утихают страсти. Кандидат от демократической партии Хилари Клинтон лидировала накануне почти во всех национальных опросах, а некоторые прогнозные модели давали ей более 90-процентную вероятность победы [2016 Election Forecast, 2016]. В день выборов Трамп превзошёл все предварительные оценки, став в итоге президентом США. Анализируя столь неожиданный успех, исследователи говорят, что именно Трамп воспользовался преимуществами свободных медиа больше, чем любой другой кандидат. Согласно данным *Tyndall Report*, который отслеживает содержание вечерних новостей, в феврале 2016 года только на Трампа пришлось более четверти всего освещения выборов 2016 года в вечерних выпусках новостей NBC, CBS и ABC, больше, чем на все демократические кампании вместе взятых. [Walsh, 2016].

Уникальной на тот момент особенностью предвыборной кампании явилось использование командой Трампа цифровой рекламы для продвижения своих сообщений – в частности, рекламы в Facebook. С помощью почти полумиллиона её вариантов команда смогла создать на Facebook очень специфические пользовательские аудитории для своей пропаганды, что позволило ей обращаться к каждой группе всякий раз, когда всплывал вопрос, имеющий для этой группы особое значение. Они снова и снова посылали им конкретные, целевые сообщения, призванные подтянуть их к Трампу и очернить образ политического оппонента [Hutchinson, 2020].

Сегодня вопрос о возможностях использования цифрового пространства социальных сетей для вовлечения пользователей в разные варианты активности – от потребления до общественной и политической деятельности – стал одним из самых актуальных в исследовательской повестке социологии. Наши коллеги Л. А. Василенко, В. В. Зотов и С. А. Захарова рассмотрели использование потенциала социальных медиа в становлении участвующего управления. По итогам проведения среди москвичей эмпирического исследования они пришли к выводу, что активность респондентов в социальных сетях более направлена на получение интересующей информации, но они

в незначительной степени готовы к «организующей активности». По мнению большинства опрошенных, социальные медиа во взаимодействии с властями выполняют информативную функцию, привлекая внимание к общественно значимым проблемам, но неэффективно вовлекают граждан в решение этих проблем. Очевидна низкая эффективность социально-сетевое взаимодействие органов власти и населения [Василенко, Зотов, Захарова, 2020].

Несмотря на этот вывод о пока невысокой результативности вовлечения граждан, мы полагаем, что без агитации онлайн политические выборы не выиграть. В 2021 году командой О. В. Крыштановской было проведено исследование «Партии и молодёжь: в поисках друг друга»²¹. В ходе этого исследования была установлена корреляция между активностью партий в социальных сетях во время избирательной кампании и их победой на выборах. Самыми активными оказались «Единая Россия» и КПРФ, они же получили больше других голосов избирателей. На рисунке 1 представлен график, на котором видна зависимость доли полученных голосов на выборах и количества подписчиков в социальных сетях у партий. Коэффициент корреляции Пирсона для этих рядов равен 0,835, что демонстрирует высокую прямую пропорциональную зависимость между исходом выборов и размером сетевой аудитории.

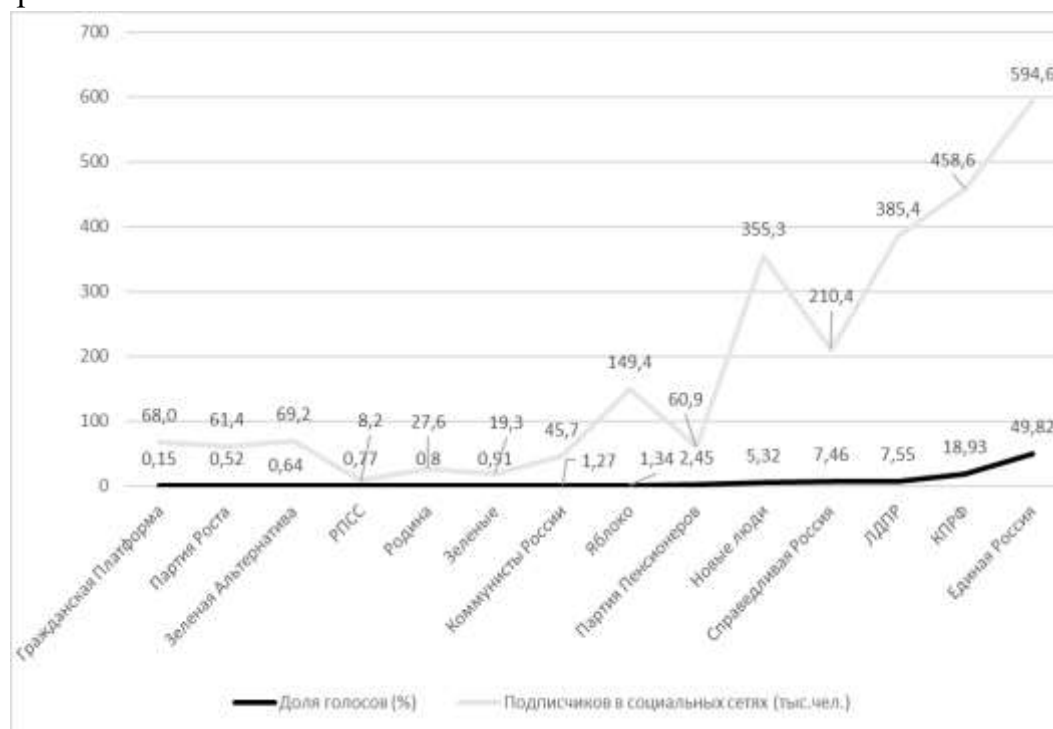


Рис. 1. График сравнения доли полученных голосов и количества подписчиков в социальных сетях у политических партий

Кроме того, совершенно неожиданный, не предсказанный успех партии «Новые люди», которая преодолела 5-процентный барьер на выборах в парламент, говорит о том, что причинно-следственная связь между сетевой активностью и исходом выборов существует. Нам могут возразить, что и без сетевой активности единороссы и

²¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и АНО ЭИСИ, грант № 21-011-31795

коммунисты стали бы первыми, но почему именно «Новые люди»? Ни «Зелёная альтернатива», ни «За родину», ни «Партия прямой демократии»? Запросу общества на новые лица отвечали они все. Возможно, партия действительно привлекла к себе традиционный протестный электорат, в то время как позиции других были или близкие провластным, или невнятные [Жаворонков, 2020].

Но наше исследование показало, что предвыборная кампания данной партии превосходила многие другие по сетевой активности, политтехнологам удалось привлечь внимание младших когорт электората. Это единственная партия, которая построила свою кампанию на видео-блогах в социальной сети TikTok, медианной возрастной группой для которой является молодёжь в возрасте 14–25 лет. Их конкуренты сфокусировались на Твиттере («Единая Россия», Ютубе (КПРФ), ВКонтакте (ЛДПР), Фейсбуке (Справедливая Россия). «Новые люди» привлекли молодёжь и в свой избирательный штаб, рассылкой SMM²² занимались только студенты. Не имея харизматичного лидера, как ЛДПР, традиционного электората, как КПРФ, административного ресурса, как партия власти, грамотно определив, чем, на кого и где воздействовать, «Новые люди» ворвались в политический истеблишмент.

Интернет-активные партии агитировали через свои официальные аккаунты, которые имеют высокий индекс вовлечённости благодаря интерактивной работе штабов с подписчиками, через аффилированные аккаунты, например, региональные представительства партии, наибольшее количество таковых мы насчитали у «Единой России».

Значимую роль играют в предвыборной агитации в сетях и отдельные личности: формальные лидеры, среди последних по количеству подписчиков всех превосходил В. В. Жириновский (2,7 млн), у обладателя второго места по числу подписчиков Геннадия Зюганова мы насчитали только 428 тысяч. К сетевым лидерам мы отнесли топовых блогеров, которых партии привлекли к агитации за себя, от мэра Москвы Сергея Собянина, сторонника «Единой России», до актёра Дмитрия Певцова, которого ангажировали «Новые люди». Сетевые лидеры оказываются подчас гораздо популярнее официальных. У топового блогера коммуниста Николая Бондаренко подписчиков в 7 раз больше, чем у лидера партии Геннадия Зюганова (почти 3 млн против 400 тыс. подписчиков). Высказывания молодых политиков-коммунистов типа Жуковского или Ступина гораздо радикальнее, реакция на происходящие события быстрее и острее, чем у официального штаба. В сети они привлекают более молодой и оппозиционный электорат, иначе объяснить успех КПРФ только лишь верностью пожилого советского электората невозможно.

Сетевой контент также несколько отличается от официального, назовём его телевизионным по главной площадке трансляции. Уделив значительное внимание анализу количественных показателей деятельности партий в социальных сетях, посмотрим теперь на особенности контента. Сетевая культура коммуникаций предполагает большую спонтанность, искренность и резкость высказываний. Контент в сетях персонифицирован и озвучивается от первого лица: «Я», а не «Мы». Контент в

²² Social Media Marketing – это использование социальных платформ в качестве каналов для продвижения бренда, в том числе и политического.

духе замшелых отчётов с партийных съездов высмеивается сетевыми аборигенами. Те, кто избегают двусторонней коммуникации, боятся хейтерства или урона в имидже, в сети звёздами не станут.

В борьбе за голоса молодых поколений партии, которые не станут осваивать законы цифрового социума, не преуспеют. Более того, жители интернета и телевизора существуют как бы в параллельных реальностях, где герои те же, а их роль несколько отличается. Для телеаудитории Д. Медведев является формально лидером ЕР, но фигурой-дублером, «на замену». В сети он имеет образ загадочный, а его тексты полны символических значений, как одинокий фонарик в лесу, появившийся в его публикации и вызвавший столько толков.

Геймификация политической жизни в сети сложно принимается политиками телеэфиров. Хотя опять хочется вспомнить уже ушедшего во всех смыслах слова В. В. Жириновского с его первым в истории российского телевидения перфомансом, когда он выплеснул на тоже уже ушедшего Бориса Немцова стакан воды. Старая школа политиков – это не про возраст. Так вот, геймификация не только дань так называемому клиповому сознанию миллениалов, зетов и альф, но и способ поговорить о важном с юмором, как нижегородский блогер Олег Щеглов, который «чинил» ямы на дорогах дошираком. Дураки и дороги не перестали быть проблемами России, так что разговор по-прежнему актуален.

Мы полагаем, что политические партии не имеют выбора: либо они зайдут в сеть с принципиально отличным от иерархичного языком коммуникаций, либо исчезнут со временем из политической жизни. Развивая активность в социальных медиа, партии вынуждены искать общий язык с молодёжью, принимать правила сетевой культуры. Установлено, что Фейсбук, Одноклассники и Твиттер имеют более возрастную аудиторию: совокупный медианный возраст 35–44 года; Тик Ток стал площадкой для молодёжи и подростков в возрасте 12–24 года. Средний медианный возраст аудиторий основных социальных сетей находится в интервале 25–35 лет²³. Данные проведённого исследования подталкивают к выводу, что роль молодёжи в электоральном поле качественно изменилась. Она диктует тренды. Старшие вынуждены подражать младшим. Маргарет Мид была права: префигуративная культура восторжествовала [Мид, 1983].

Список литературы

Василенко Л. А. Использование потенциала социальных медиа в становлении участвующего управления / Л. А. Василенко, В. В. Зотов, С. А. Захарова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2020. Т. 20, № 4. С. 864–876. DOI 10.22363/2313-2272-2020-20-4-864-876.

Жаворонков С. Люди избирают тех, кто им ближе // Газета.ru : [сайт]. 16 сентября 2020. URL: https://www.gazeta.ru/comments/2020/09/16_a_13253233.shtml (дата обращения: 18.09.2022)

Мид М. Культура и мир детства / М. Мид. М. : Наука, 1983. 285 с.

²³ По данным Mediascope. URL: <https://ppc.world/articles/auditoriya-shesti-krupneyshih-socsetey-v-rossii-v-2020-godu-izuchaem-insayty/>

2016 Election Forecast // The Huffington Post : [сайт]. November 8, 2016. URL: <https://elections.huffingtonpost.com/2016/forecast/president> (дата обращения: 17.09.2022).

Berman R. Gallup: Tea Party's top concerns are debt, size of government // The Hill : [сайт]. July 5 2010. URL: <https://thehill.com/blogs/blog-briefing-room/news/165469-gallup-tea-partys-top-concerns-are-debt-size-of-government>. (дата обращения: 17.09.2022).

Dan Z. Coffee Party activists say their civic brew's a tastier choice than Tea Party's // The Washington Post : [сайт]. February 25, 2010. URL: <https://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/02/25/AR2010022505517.html> (дата обращения: 17.09.2022).

Hutchinson A. New Research Highlights Trump Campaign's Focus on Microtargeted Messaging via Facebook Ads // SocialMediaToday. Published : [сайт]. July 14, 2020. URL: <https://www.socialmediatoday.com/news/new-research-highlights-trump-campaigns-focus-on-microtargeted-messaging-v/581608/> (дата обращения: 17.09.2022).

Walsh K. How Donald Trump's Media Dominance is Changing the 2016 Campaign // U.S. News & World Report : [сайт]. February 25, 2016. URL: <https://www.usnews.com/news/the-report/articles/2015/12/31/how-donald-trumps-media-dominance-is-changing-the-2016-campaign?context=amp> (дата обращения: 17.09.2022).

Zernike K. Coffee Party, With a Taste for Civic Participation, Is Added to the Political Menu // New York Times : [сайт]. March 3, 2010. URL: <https://www.nytimes.com/2010/03/02/us/politics/02coffee.html> (дата обращения: 17.09.2022).



Ларина Мария Анатольевна
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
russia-marussia@mail.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ РОССИЙСКОГО ТЕАТРА В СИСТЕМЕ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

Аннотация. Статья посвящена анализу состояния и тенденций развития отечественного театра в условиях современной России. Авторы дают социокультурный анализ организационно-экономических и художественно-творческих изменений театрального искусства в условиях рынка. Дается социологический портрет театральной аудитории. Особое внимание уделяется социокультурным последствиям трансформаций театрального искусства.

Ключевые слова: культурная политика, театр, социальный процесс, социокультурный институт, медиакommunikация, театральная аудитория, театральное искусство, социокультурная трансформация

Larina Maria A.
Institute of Sociology of FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
russia-marussia@mail.ru

TRANSFORMATION OF THE RUSSIAN THEATER IN THE SYSTEM OF MEDIA COMMUNICATIONS

Abstract. The article is devoted to the analysis of the state and trends in the development of the domestic theater in the conditions of modern Russia. The authors provide a socio-cultural analysis of organizational, economic, artistic and creative changes in theatrical art in market conditions. A sociological portrait of the theater audience is given. Special attention is paid to the socio-cultural consequences of the transformations of theatrical art.

Keywords: cultural policy, theater, social proces, socio-cultural institute, media communication, theater audience, theater art, socio-cultural transformation

Театр как феномен искусства и как явление в социокультурной реальности любого общества уникален. Неразрывность двух ипостасей этого особого вида искусства – художественности и социальности – проявляется в театре более зримо, чем в других «цехах» художественной жизни, привлекая зрителей непосредственностью взаимодействия с реальной действительностью, пусть драматургически сконструированной, но происходящей здесь, сейчас, перед их глазами. Театральное действо делает каждого сопричастным иному бытию, чужому человеческому и жизненному опыту, позволяя по-новому увидеть и оценить собственную жизнь и происходящее вокруг. Как писал Георг Зиммель, с помощью актёрского мастерства «реальность как будто... врывается в область искусства», что позволяет «ассимилировать поэзию и действительность» [Зиммель, 1966: 293, 298].

Поэтому каждый спектакль – это «социальный процесс», в котором воспроизведённые на сцене знаки, символы, ценности «переходят от одного человека к другому», – считает, ссылаясь на М. Бахтина, профессор и театральный деятель из Великобритании Мария Шевцова [Шевцова, 2020]. Причём не только текст, но и «свет,

звуки, музыка, костюмы (одежда, её цвета) – всё это имеет значение и, более того, несёт социальную значимость». Но этот процесс не семиотический, а социокультурный по своей природе, то есть он порождается не всегда осознаваемыми ценностными флуктуациями реальной жизни, которые «опредмечиваются» в пьесе – М. Швецова обозначило это термином «background», и порождают новые духовно-ценностные волны изменений в обществе. Ответ на вопрос: «Почему это сейчас так важно людям?» призвана дать социология театра», – считает М. Шевцова. Театр «не только художественная..., но и социальная практика», не только «зеркало», но и «часть общества», – только та, в которой формируется его самосознание, причём, медиатизация искусства в целом, в том числе театрального, только усиливает процесс такого самоосознания. Поэтому театр как «особый социокультурный институт с собственной системой специфических социально-художественных отношений» [Евсеева, 1917: 6] имеет особое значение в системе социокультурных и медиакommunikаций современного общества.

Социально-экономические и политический потрясения 1990-х годов существенно изменили театральное «поле» России. Перемены в сфере театрального искусства были настолько разительными и противоречивыми, что это заставило задуматься о трагедии уже не как о театральном жанре, а о театральной судьбе. Но театр как вид искусства выжил и расцветает ныне, прежде всего в регионах, пусть и за счёт многочисленных антреприз. О ситуации в театральном мире того времени свидетельствует А. Ливанов: «Чтобы выжить в экономическом плане и сохранить себя для более светлых времён, чтобы пролететь над этой пропастью, особенно 20–10 лет назад, нужно было идти на все. Продавать машины в фойе, отдавать под маникюрные залы часть помещений, которые нужны были артистам. Сдавать помещение театра под ресторан, где стриптиз с голыми задницами...». Однако, считает народный артист России, «репертуарный театр ещё не погиб, но всё делается для того, чтобы лишить его государственной поддержки, и остаётся строить репертуар на потребу публике» [Ливанов, 2007].

Экспоненциальный рост числа театров, в том числе в регионах страны, бурное развитие антрепризы, смена поколений художественных руководителей, приток новых актёров, а также постоянно увеличивающийся объём театрального сегмента Интернета, – всё это сопровождалось и провоцировало существенные изменения организационно-экономической основы всей театральной жизни. В начале 1990-х гг. в стране появились десятки и даже сотни новых оригинальных творческих коллективов (только в Москве в тот период работало около 200 театров), но это не предотвратило обвала зрителей: в театральной столице страны – в Москве – в 1991 г. было зафиксировано 5 млн зрителей, в 1992 г. – 3,8 млн, в 1993 г. – 2,9 млн. Исследование состояния культуры, проведённое в Москве [Культура Москвы, 2008], показало, что за 20 лет – с 1988 по 2008 г. – в столице в 2 раза упала посещаемость театров [Цит. по Карпухин, 2018: 34].

Это заставило задуматься о трагедии уже не как о театральном жанре, сколько о театральной судьбе. Но театр как вид искусства выжил и расцветает ныне, прежде всего, в регионах, пусть и за счёт многочисленных антреприз.

«За последние десятилетия театральная среда очень изменилась: появились молодые площадки, новые экспериментальные жанры, театр вышел за пределы четырёх стен и стал играть новую роль в жизни общества. Изменился и сам зритель: его мотивы, потребности и, в первую очередь, его социально-демографические характеристики» [Большаков, 2019:114]. Сегодня в театральном зале сидят преимущественно люди средних лет и молодёжь: половина зрителей в возрасте от 20 до 40 лет. Молодёжь до 17 лет составляет 5% зрителей, представители старшего возраста свыше 56 лет – 12%. Средний возраст зрителя – 37 лет – ничего не говорит, как и средняя температура по больнице. Конечно же, публика экспериментальных театров и авангардистских спектаклей моложе, чем у классических постановок.

Немаловажной с социокультурной точки зрения является преобладание женщин (80%) среди зрителей: театр силен популярностью у слабого пола, и какими бы ни были причины этого, стратегия творческих исканий и тактика актёрско-режиссёрского воплощения замыслов на сцене не учитывать этого не могут. Равно как и примерно равного соотношения состоящих в браке и одиноких среди зрителей (43% и 41% соответственно). Но пропорции меняются, если учесть ещё и 13% зрителей, состоящих в отношениях.

Театр как искусство притягивает прежде всего людей высокообразованных: трое из каждых четырёх зрителей российских театров имеют образование выше среднего, более половины (57%) – высшее, а почти у каждого пятого зрителя за плечами несколько вузов или учёная степень (14% и 4,3% соответственно). Такие общие социологические выкладки вряд ли имеют такое же значение для руководителей театров, как, например, для их коллег на телеканалах, – у каждого театра своя аудитория. Но духовно-интеллектуальную атмосферу зрительного зала и отношение к репертуару отражают точно.

В театральной сфере особенно наглядно проявляется та социальная поляризация, которую фиксируют современные исследования в российской культуре в целом [Горшков, 2022]. Более чем шестикратную разницу между не испытывающими никаких материальных затруднений и малообеспеченными театральными зрителями (77,1% и 12% соответственно) можно считать скорее характеристикой общества, в котором развивается современный театр, чем отражением культурных потребностей и художественных предпочтений граждан, многие из которых вынуждены отказывать себе в желании пойти в театр из-за цены на билеты.

Около 30% театральных зрителей работают на должностях, на которых надо быть дипломированным специалистом, примерно каждый седьмой – творческий работник или студент (учащийся) или руководитель предприятия или подразделения. Служащих в зале не более 6%, пенсионеров – чуть больше пяти процентов. Такой анализ театральной аудитории позволяет молодым исследователям сделать вывод о том, что «современный театр – это всё же способ проведения досуга для людей среднего или высшего класса» [Большаков, 2019: 115–118].

Выделение трёх категорий зрителей, ориентирующихся на консервативную, умеренную и прогрессивную традицию [Там же: 128–130], в самом обобщённом виде отражает то существенное обновление художественно-творческого, духовно-ценностного измерения театра новой России, которое стало ещё более значимым

результатом последних десятилетий. Смысл его состоит в переориентации на запросы потребителя, на нынешние ориентации и вкусы, доминирующие в массовом сознании. Омассовление театрального искусства выражено не столько ярко, как в других видах художественного творчества, более того, театральная сцена в значительной степени остаётся площадкой всевозможных экспериментов, в том числе элитарной направленности. Но в целом в последние десятилетия отечественный театр попал в жернова символической индустрии – массового производства артпродукта на рынок культурных товаров и услуг. Производители таких «культурных продуктов» ориентируются не только и не столько на их художественную ценность, а в большей степени на их рыночную стоимость. Последняя же определяется не только степенью творческой одарённости и стремлением самовыражения, а совпадением с массовыми вкусами, нередко далёкими от культуры как способа очеловечивания мира и самого человека. Стремление полного самовыражения как высший «градус» таланта уступает место желанию угодить публике, на потребу которой сценическая речь насыщается матом, внимание зрителей привлекается не глубинами духовного мира персонажа спектакля, а степенью оголения героинь и героев на сцене...

Любая драма Шекспира или пьеса Чехова написаны *навсегда* – для всех времени и народов, поколений и вероисповеданий. Теперь спектакль создаётся точно для определённого пола, возраста и уровня дохода населения. Лучший способ убить театр – попытаться приспособить его к «потребностям времени», уничтожив при этом специфику этого вида искусства, не доступную ни одному другому. Клиповый примитивизм для молодёжи, искорёженная классика, потерявшая при экзекуции над формой богатство содержательных смыслов, внутренней гармонии и подлинной красоты, – такая атрибутика современного театра отражает глубинные тренды социокультурного развития общества.

В результате поколения, рождённые в 1990 годы и далее, характеризуются трансформацией культурного облика, которую точнее было бы назвать деструкцией.

Конечно же, сложность театрального процесса в стране и его динамика не поддаются точным социологическим замерам, отсюда противоречивые оценки состояния театрального искусства. Так, более раннее исследование²⁴ зафиксировало, что доля респондентов, оптимистично оценивающих ситуацию в театре (25,5%), «существенно превышает долю тех, кто настроен пессимистически и видит здесь в основном ухудшение ситуации (11,7%)». Из чего исследователи делают вывод об «улучшении ситуации в отдельных секторах», в том числе в театральном искусстве [Митрошенков, 2005: 37–38].

Социологи Центра социального прогнозирования обнаружили противоречие, которое можно обозначить парой почти однокоренных, но противоположных по смыслу слов: демократия и демагогия²⁵. Равный доступ к культурным ценностям имеет подавляющее большинство респондентов (86–87%), ещё 43% считают, что такое право обеспечено им не во всем. Пользоваться, например, театрами могут 70–75% наших

²⁴ «Духовная культура современного российского общества: состояние и тенденции формирования». Рук. В. Э. Бойков.

²⁵ См. подробнее: Горшков М. К., Комиссаров С. Н., Карлухин О. И. На переломе веков: социодинамика российской культуры. М.: ФНИСЦ РАН, 2022, С. 435–445.

сограждан, однако каждый четвёртый-пятый опрошенный воспользоваться таким правом может не в полном объёме [Культурная политика России в региональном разрезе, 2014: 53]. «Доля посещающих театры...равно доле посещающих церковь, в среднем это десятая часть населения в возрасте 16 лет и старше», пишут социологи Центра социального прогнозирования и маркетинга [Там же].

Элитарный подход наиболее зримо проявляется в театральном искусстве. Приведём только два характерных примера. 28 октября 2011 г. состоялось торжественное открытие основной сцены Большого театра после широкомасштабной реконструкции, длившейся в течение шести лет. В интернет-кассах цена билета доходила до 2 млн руб. Один из блогеров оставил такой комментарий: «Судя по ценам на билеты, фраза «Искусство в массы» не про Большой» [Искусство для избранных, 2022]. Пример второй – высказывание О. П. Табакова в программе «Познер» от 05.06.2011 г. о том, что «...театр вбирает в себя отобранную часть общества», «театр – это светская религия, наверное». Далее руководитель МХТ привёл в подтверждение правильности своих слов выхваченный из контекста отрывок из письма В. И. Немировича-Данченко: «В театр не ходят бедные и больные, в театр ходят богатые и здоровые». Как было показано выше, нынешний перепад между зрителями, представляющими обеспеченные и малообеспеченные слои населения (77,1% и 12%), подтверждает эти слова... Но в социальном государстве с тысячелетней историей развития отечественной культуры в театр должны ходить люди, построившие – за несколько поколений – великую страну, создавшие уникальную культуру, носителями и продолжателями которой они являются – каждый, в разной степени, естественно. Ходить независимо от своего материального положения – задача государства обеспечить им такую возможность.

Цифры, свидетельствующие о реальной возможности посещения театров и других учреждений культуры, ничего не говорят о содержательно-качественных параметрах продукции этих учреждений культуры, к подлинной художественности имеющих отношение, мягко говоря, далеко не всегда [Горшков, 2022: 437]. Увеличение количества театров, расширение антрепризы (выездные спектакли) сопровождается оскудением репертуара, падением исполнительского мастерства актёров [Там же: 498].

Интересно проследить динамику предпочтений россиян в театральной сфере. С 2003 по 2018 год интерес россиян к театру снизился с 48% до 42% [Российское общество осенью, 2018: 36]. Казалось бы, ненамного. Но это соотношение показывает тенденцию, которую можно гипотетически и с большой долей осторожности назвать снижением духовно-художественной и социокультурной значимости театра в нынешней период развития нашего общества.

Конечно же, эта тенденция ярко обозначилась почти четверть века назад. В прошедшие годы государством предприняты такие усилия, что ситуация во многом изменилась. Необходимо признать, что важным шагом в сохранении и оптимизации материально-технической базы культуры сыграли федеральные целевые программы «Культура России (2006–2010 годы)» и «Культура России» (2012–2018 гг.), благодаря реализации которых удалось в основном остановить негативные тенденции в сфере культуры, в том числе в театральном искусстве. Действенным механизмом приобщения к культуре стал портал «Культура РФ», предлагающий карту театров в

регионах и постоянно расширяющий цифровой архив лучших спектаклей последних десятилетий, постановок знаменитых театров России, которые можно посмотреть онлайн. Нельзя не упомянуть о «Ночи музеев» и о «Пушкинской карте», которая с 1 сентября 2021 г. позволяет молодым людям от 14 до 22 лет на сумму в 3 тыс. руб. посетить музей, театр и другие учреждения культуры [Горшков, 2022: 484].

Неуклонно повышается посещаемость театров; в настоящее время их уже свыше 1 700. Только в 2020 г. были выделены дополнительные бюджетные ассигнования в размере 1,5 млрд рублей на обновление региональных театров. Количество постановок выросло на 27%, а доходы федеральных театров увеличились на 186% [Российская культура в цифрах и фактах, 2020].

Беспристрастная оценка происходящего требует признать исключительно противоречивый характер изменений в сфере театрального искусства. Как и ситуация в отечественной культуре в целом, нынешнее состояние российского театра характеризуется высокой степенью сложности и противоречивости. Кардинальная смена художественно-творческих форм деятельности, целей и критериев её оценки квалифицировалась с начала 1990-х гг. не только как естественно вытекающее следствие политико-экономических изменений, но и как категорический императив наступившей эпохи рыночной демократии. Поэтому идеологи и функционеры этой демократии допускали любые варианты *конструирования* новой культуры. Во многом это удалось и в театральной сфере. Театр стал синтезом всех видов искусств, «научившись быть живее кинематографа, подробнее литературы и провокативнее перформанса», неким «бесконечным художественным экспериментом». Смерть классического театра, включающим в себя жанровые поиски, в т. ч. на стыке с другими видами искусства: хореографии, живописи, литературы. Такое обогащение творческих технологий «театрального производства» не только расширило креативный потенциал театральных коллективов, но и высветило многие проблемы театрального процесса. Увеличение количества театров, расширение антрепризы сопровождается оскудением репертуара, падением исполнительского мастерства актёров.

Существенный его момент – драматургическая основа, отправная точка создания спектакля. Положение нынешней драматургии точнее всего можно определить как драматическое: «Она не востребована – считает драматург С. Шуляк – Драматурги пишут сегодня, а поставят их произведения, может быть, через сто лет...» [Султанова, 2008]. В процессе трансформации современного театра далеко не всегда выбор пьесы связан с её художественной ценностью, поэтому «сегодня театр всё чаще становится местом эксперимента ради эксперимента, трибуной для художников-режиссёров, которые в угоду зрелищности не задумываются о нравственном воздействии спектакля на зрителя, преследуя цель увеличить посещаемость ради рейтинга и кассы», что «часто ведёт к возникновению сомнительных мировоззренческих ориентиров, подмене понятий, появлению псевдодуховных видов творчества», – пишет исследователь и делает вывод уже в рамках не театроведческого, а социокультурного анализа: «в основе таких практик лежит философский подтекст тенденции культуры постмодерна с его коллажностью, идеей «смерти Автора», тенденцией к «высмеиванию сакрального» ради «освобождения от угнетения моралью» и поэтому «сегодня художественная культура, а в частности театр, переживает трансформацию своей глубинной сущности, происходит подмена

ценностей и искажение толкования эстетичности и морали, а в целом – искусства» [Литвина, 2016].

Важным фактором внутреннего эстетического и нравственного распада искусства стало использование ненормативной лексики в качестве «художественного приёма». «...Сценический мат, – считает профессора ГИТИСа А. Ястребов, – уводит из культуры языковое дыхание, разрушает смысловые связи... Когда на культуру начинает нападать тюремная правда, она вытесняет риторику надежды. Русская культура дышит как кит, и не надо сокращать её дыхание до размеров сверчка...» [Не зрелищ...2014].

Тревожность по поводу состояния театрального искусства в стране выражает молодой омский исследователь Д. Литвина, фиксирующая, что «учреждения культуры находятся в состоянии «выживания» уже как очевидную и состоявшуюся реальность, и это невольно приводит к тому, что нивелируется сама сущность духовной культуры, её интеллектуальных и эстетических свойств. Общество потребления как одна из ипостасей «массового общества» приводит к перекосу в сторону приоритетности материальных ценностей в ущерб духовных. Это предопределяет возросшее влияние рынка, который оказывает давление на все сферы деятельности, будь то предпринимательство или культура. Природа рынка такова, что любая социальная сфера становится коммерческим предприятием, материальная выгода становится главной задачей». И «если не препятствовать этой тенденции, то рынок в конце концов полностью монетизирует искусство» [Литвина, 2016].

Рынок же создаёт товары-подделки, пользующиеся спросом, который их художественной ценностью не определяется. Поэтому театр, по мнению современного исследователя театрального процесса, уходит от «от серьёзного разговора со зрителем ради коммерческого успеха» [Сорокин, 2008: 60].

Попытки «обосновать» причины появления низкопробной арт-продукции аргументами сугубо рыночными – «публике нравится», «это имеет спрос» – несостоятельны даже с «экономической» точки зрения. Ведь в производстве и потреблении символической продукции, к которой относится любая театральная акция, не только спрос рождает предложение, но и предложение рождает спрос. Ещё более несостоятельны такие суждения с точки зрения духовно-ценностного и художественно-эстетического измерения, в котором существует театральное искусство. «Театр поучает так, как этого не сделать толстой книге» – это высказывание Вольтера относится ко всем временам и странам. Сегодня же, в период глубочайших культурно-цивилизационных трансформаций, социальная значимость театрального искусства возрастает многократно. Поэтому театр является ныне не только «истинным храмом искусства» (Белинский), но и «высшей инстанцией для решения жизненных вопросов» (А. Герцен).

Эти бесспорные истины настоятельно ставят вопрос не только о культурной политике в этой государственно важной сфере отечественного искусства, но и о развёртывании социологических исследований театральной жизни, которые стали бы научным обоснованием совершенствования государственной политики, обеспечивающей национальные интересы страны.

Список литературы

Большаков Н. В. Театральная социология: зритель настоящего и его ожидания от будущего / Н. В. Большаков, А. С. Максимова // Театр. Живопись. Кино. Музыка. 2019. № 4. С. 105–121.

Горшков М. К. На переломе веков: социодинамика российской культуры / М. К. Горшков, С. Н. Комиссаров, О. И. Карпухин. М. : ФНИСЦ РАН, 2022 703 с.

Евсеева Я. В. Социология кино и театра: история и современность: введение к тематическому разделу / Я. В. Евсеева, М. А. Ядова // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология: Реферативный журнал. 2017. № 2. С. 6–20.

Зиммель Г. Избранное / Г. Зиммель. М. : Юристъ, 1996. Т. 2.

Искусство для «избранных»: сходить в Большой теперь стоит 2 млн рублей // КМ.ru : [сайт]. 14 февраля 2022. URL: <https://www.km.ru/v-rossii/2011/10/22/teatralnye-premery-v-rossii/bilety-na-otkrytie-bolshogo-teatra-otsenili-v-2-mill> (дата обращения: 10.10.2022).

Карпухин О. И. Состояние российской культуры: экспертные оценки и мнение населения / О. И. Карпухин, С. Н. Комиссаров // Гуманитарий Юга России. 2018. Т. 7, № 6. С. 26–40.

Культура Москвы (2000–2025). Научный доклад / Б. Ю. Сорочкин (рук.), Т. В. Абанкина [и др.]. М., 2008.

О культурных потребностях москвичей : науч. докл. / Ю. У. Фохт-Бабушкин (рук.), Е. Э. Гавриляченко [и др.]. М., 2008.

Культурная политика России в региональном разрезе. Отчёт по итогам общероссийского социологического исследования / Рук. Ф. Э. Шереги ; Центр социального прогнозирования. М. : ЦСП, 2014. 210 с.

Ливанов А. Е. Профессия моя мотыльковая / А. Е. Ливанов // Элита России. 2007. № 3. URL: <https://studfile.net/preview/1641644/page:4/> (дата обращения: 01.11.2021).

Литвина Д. В. Театр и театральная критика в культуре современного российского общества : автореф. дисс. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Литвина Дина Владимировна ; Тюмен. гос. ун-т. Тюмень, 2016. 24 с.

Митрошенков О. А. Пространство российской духовной культуры: испытание переменами / О. А. Митрошенков // Социологические исследования. 2005. № 11. С. 37–46.

Не зрелищ. Хлеба // Новая газета. № 62. 9 июня 2014 г.

Российская культура в цифрах и фактах / РИА Новости : [сайт]. 27.01.2020. URL: <https://ria.ru/20200125/1563824771.html> (дата обращения: 01.11.2021).

Российское общество осенью 2018-го: тревоги и надежды : Информационно-аналитический доклад / М. К. Горшков, Н. Д. Коленникова, Е. Н. Кофанова [и др.]. Москва : Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук, 2019. 62 с. EDN UZSUTS.

Султанова В. Монологический хук и апперкот диалогом // Литературная газета. № 36 (6188). 10–16 сентября 2008. С. 9.

Смерть классического театра: почему в современный театр ходить интереснее, чем смотреть дома кино. URL: <https://listim.com/posts/18> (дата обращения: 21.10.2021).

Сорокин В. Н. О некоторых тенденциях в современном театральном процессе // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2008. № 6. С. 58–61.

Шевцова М. Проблематика и методология социологии театра: авторский подход / Творческая гостиная 12 января 2020. URL: http://art-rosa.ru/news/newsread/news_id-7752 (дата обращения: 01.11.2021).



Муханова Мария Николаевна
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
mukhanova_m@rambler.ru

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРОЦЕССАХ РОССИЙСКОГО СЕЛА

Аннотация. Исследование состояния и уровня компьютеризации, использования Интернета и современных информационно-коммуникационных технологий сельским населением, их влияния на поведение различных социальных групп и на социокультурные процессы российского села рассматривается на основе данных Росстата (2011–2020 гг.) по заказу Правительства РФ. В исследовании были охвачены все регионы страны; проведены индивидуальные интервью с селянами в возрасте начиная от 16 лет. На основе анализа данных была выявлена частота доступа населения к Интернету, выяснена наиболее востребованная среди них информация, её использование в трудовой практике, актуальность информационных технологий в ситуации COVID–19.

Ключевые слова: российское село, социальные группы, социальная коммуникация, Интернет, информационные технологии, технологизация производства, социокультурные процессы

Mukhanova Maria N.
Institute of Sociology of FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
mukhanova_m@rambler.ru

SOCIAL COMMUNICATION IN THE SOCIO-CULTURAL PROCESSES OF THE RUSSIAN COUNTRYSIDE

Abstract. The study of the state and level of computerization, the use of the Internet and modern information and communication technologies by the rural population, their impact on the behavior of various social groups and on the socio-cultural processes of the Russian countryside are considered on the basis of Rosstat data (2011–2020), commissioned by the Government of the Russian Federation, covering all regions of the country where individual interviews of the rural population with 16 years old. The study revealed the frequency of rural population's access to the Internet, finding out the information most in demand among them, using it in labor practices, the relevance of information technologies in the situation of COVID–19.

Keywords: russian village, social groups, social communication, Internet, information technologies, production technologization, socio-cultural processes

В настоящий период интенсивно развивающийся мир коммуникаций оказывает большое влияние на трансформацию поведения всех социальных групп в обществе. Ценности рыночной экономики, технологизация производства, потребление и консюмеризм изменили не только социокультурную среду, но также трудовые и социальные практики селян в сельских территориях. Для большинства селян, особенно среди молодого и среднего поколения, фактически выросшего в Интернете, цифровые технологии, связанные с рынком потребительских услуг, являются неотъемлемой частью в повседневной жизни. Современные информационные технологии изменяют организационные формы осуществления социальных взаимодействий и отношений, характер работы человека, его социальные связи. Селяне активно включаются в этот процесс. Культура потребления и социальные коммуникационные технологии, являющиеся продуктом рыночной экономики, сформировали социокультурную среду,

которая вытесняет традиционную систему ценностей, конструируя новые поведенческие практики сельских жителей. Мы рассмотрим социологический анализ этих изменений, чтобы понять, что означают эти процессы для сельского сообщества и его будущего.

По мнению экспертов, началом становления мира современных коммуникаций можно условно принять 1994 год, поскольку главная технологическая характеристика этого мира – Интернет с его безграничными возможностями коммуникации. Ещё в середине 20 в. Г. М. Маклюэн в своём анализе сущности средств массовой коммуникации и их роли в общественном, социальном взаимодействии заявил о «внешнем расширении человека». Этот феномен оказывает воздействие на человека, изменяет его восприятие мира, ведёт к трансформации форм организации общества, когда между взаимодействиями оказывается не только больше слов, но и передающих их устройств [Козлова, 2009: 164]. Развитие компьютерной техники, усиливающей интеллектуальные возможности человека, даёт новые ресурсы для познания реальности и применения их в повседневной деятельности и трудовой практике.

В свете сегодняшних коммуникационных процессов становится актуальной классическая работа, вышедшая полвека тому назад, П. Бергера и Т. Лукмана по конструированию социальной реальности, границах субъективности в отражении и формировании реальности [Бергер, Лукман, 1995: 195]. В свете этого труда, информационные технологии позволяют расширить, увеличить пространство существенной, социально значимой активности человека в социокультурном процессе. Таким образом, степень реализации жизненных стратегий селян, удовлетворение их жизненных потребностей во многом определяется их возможностью полноценного вхождения в информационное пространство, и основное условие здесь связано с компьютеризацией населения и электронными средствами связи – Интернетом. Развитие информационного пространства села должно быть тесно связано с расширением возможностей людей решать свои трудовые и социальные проблемы, удовлетворения различных потребностей.

Предметом исследования является изучение и анализ уровня компьютеризации и использования современных информационно-коммуникационных технологий, Интернета сельским населением, их влияния на поведение различных социальных групп и на социокультурные процессы российского села. В ходе исследования решались следующие задачи: определение частоты обращения сельского населения к Интернету, выяснение наиболее востребованной у населения информации, использование его в трудовых практиках, актуальность информационных технологий в ситуации COVID–19.

Процессы социальной коммуникации в социокультурных изменениях российского села основана на панельных данных «Комплексное наблюдение условий жизни населения», проведённого Росстатом 2011–2020 гг. во всех субъектах РФ по заказу Правительства РФ в качестве базы для подготовки проектов и программ социальной политики, что говорит о надёжности контроля и репрезентативности результатов. В 2011 г. методом интервью было опрошено 5 763 чел., в возрасте начиная с 16 лет, проживающих в 2835 сельских домохозяйствах. В 2020 г. сельская выборка увеличена и составила 40 039 респондентов, из них занятых в экономике 15 501 работников, проживающих 18 468 домохозяйствах, в возрасте начиная с 16 лет, в 85

субъектах в 8 Федеральных округах²⁶. Это исследование является качественной, надёжной и своевременной информацией, направленной для принятия более эффективных решений и разработки социальной политики.

Для анализа процессов социальной коммуникации российского села использовались индикаторы, характеризующие состояние и качество сферы услуг пользователей Интернета в сельских домохозяйствах. Социальная коммуникация в российском селе рассматриваются как социальное взаимодействие акторов и субъектов сельскохозяйственного производства под воздействием институциональных и технологических преобразований в сельских территориях, в социальных сферах, сельском хозяйстве, АПК.

Коммуникационные процессы зависят от институциональных и социокультурных особенностей развития территорий. Сельское население как традиционное сообщество живёт в мире устойчивых ценностей. Они принимают в готовом виде необходимые для жизни смыслы, значения, цели, идеалы путём непосредственного общения с семьёй, соседями, родственниками. Современные информационные технологии изменяют эти организационные формы осуществления социальных взаимодействий и отношений, модели социального и трудового поведения селян, их социальные связи.

В качестве методологического сопровождения анализа процессов социальной коммуникации российского села используем понятия «компьютеризация», «цифровизация» и «технологизация», которые являются параметрами социокультурной среды сельских территорий и содержательно раскрываются в таких понятиях, как Интернет, компьютеры, сервис-услуги, учебные системы, субъекты сельхозпроизводства, автоматизированные системы. Они, сконструированные требованиями своего времени, становятся для селянина социокультурной зависимостью – ввиду применения знаний этой области в трудовой, социальной практике и в повседневной жизни. «Технологизация и автоматизация рутинных производственных процессов, инновационные изобретения, интернет вещей, робототехника, VR-реальность, Big Data, – это всё кардинально изменяет требования к квалификации сотрудников, заменяет устаревшие стандарты новыми, более сложными» [Широв, 2021].

Цифровизация как процесс в рамках «цифровой экономики – это деятельность людей по производству, распределению и потреблению материальных и нематериальных благ, при которой человек воздействует на автоматизированный блок управления средствами труда» [Белоусов, 2021:32].

В последние годы такие понятия, как «точное сельское хозяйство», «интеллектуальное сельское хозяйство» и «цифровое сельское хозяйство» стали обычными явлениями и активно обсуждаются в политике и популярном дискурсе странах ЕС и Великобритании о возможных рисках, последствиях и социальных издержках развития робототехники, автоматизации производства в агросфере. Внимание государств и средств массовой информации было направлено на

²⁶ См. массивы с результатами данного обследования, опубликованные Росстатом (URL: https://gks.ru/free_doc/new_site/KOUZ18/index.html (дата обращения: 10.10.2022). Данные обработаны автором с помощью статистической программы SPSS.

продвижение вперёд так называемой «четвёртой сельскохозяйственной революции» [Rose, Chivers, 2018].

Опыт мировой практики показывает, что в сельском хозяйстве новые информационные технологии позволили изменить характер управления технологическими процессами посредством использования средств автоматизации управления производством. На текущий момент, как показывают наблюдения, инновации в АПК внедряются быстрее, а технологии влияют на все стороны жизни селянина. Как подчёркивается в Докладе Всемирного банка, «уходят в прошлое времена, когда десятилетиями можно было работать по одной специальности или в одной и той же компании» [Доклад о мировом развитии...]. Именно востребованность на основе квалификации и компетентности в области компьютерных и цифровых технологий, а также менеджерских навыков, становится основным критерием рабочей силы на аграрном рынке труда.

Нынешняя аграрная политика государства нацелена на модернизацию АПК, обусловлена общемировой тенденцией процессов Четвёртой промышленной революции и является одним из крупнейших потребителей компьютерных и цифровых технологий. Государство только в конце 2017 г. приняло решение о цифровизации российского АПК.

На сельских территориях, на развитие которых до 2025 г. планируется выделить 1,5 трлн руб., проживает более четверти населения РФ. Основной задачей модернизации сельского хозяйства является цифровизация, при которой субъекты сельскохозяйственного производства и население могут взаимодействовать и решать финансово-экономические вопросы с помощью систем цифровых услуг АПК. Министерство сельского хозяйства рассчитывает, что в 2030 г. все производители финансовые и хозяйственные вопросы могут оформить в электронном виде. Для аграриев это – значительное сокращение средств и времени ежегодно, а издержки на подачу отчётности сократятся в 3 раза. Данный процесс обеспечит быстрые и прозрачные операции, исключив из него человеческий фактор и различные теневые практики [Муханова, 2021: 171].

Ещё одно важное направление – создание информационных систем для мониторинга и выполнения управленческих задач, выполнения контрольных и надзорных функций, которые будут контролировать не только качество продукции и её обработки, но и обеспечивать прозрачность рынка. Первые глобальные результаты цифровизации АПК уже видны, а к 2030 г. все ключевые отраслевые процессы будут цифровизированы [Россия..., 2020:8].

Поэтому с 2017 г. крупнейшие аграрные вузы страны ведут подготовку специалистов в области информационных технологий и цифровизации сельского хозяйства. По мнению экспертов, цифровая экономика оказывает существенное влияние на занятость. Процесс цифровизации обещает интенсивное внедрение робототехники в сфере сельскохозяйственного производства, что вызовет кардинальное изменение в структуре рабочей силы. По мнению других специалистов, не следует ожидать столь радикальных изменений. Они не разделяют оптимизма тех, кто считает, что замена людей роботами дело ближайшего будущего.

Потребность в квалифицированной рабочей силе сохранится, и производство не останется без работников, обслуживающих цифровые устройства. Более того, если принять во внимание тот факт, что роботы стоят намного дороже

неквалифицированного труда, то есть автоматизация экономически невыгодна для работодателя, что наблюдается в различиях в темпах её проникновения в экономическую жизнь разных стран. Как показали исследования ОЭСР 2019–20 гг. по перспективам занятости за последние четверть века, численность высококвалифицированных рабочих выросла примерно на 9% и занятых неквалифицированным трудом на 3%, а вот доля среднеквалифицированных сократилась на 11% [Белоусов, 2021: 34–36].

Рассмотрим, как в повседневной жизни сельские жители используют цифровые и компьютерные технологии. Половина респондентов (48%) входят в Интернет ежедневно, каждый пятый (18%) несколько раз в неделю, треть сельских жителей (34%) им вообще не пользуются, в основном это пенсионеры. Для каких целей сельские жители используют Интернет? Прежде всего, для общения в социальных сетях (48%), треть сельских жителей для чтения новостной информации (34%), осуществления финансовых операций (28%), каждый пятый заходит в сеть для скачивания фильмов, музыки, игр и др. (22%). Только каждый десятый сельский житель заходит в Интернет для поиска заказов товаров и услуг и для оформления документов на веб-сайте органов власти.

Анализ данных показывает, что большинство 72,5% сельских жителей не используют Интернет при покупке продуктов питания и средств гигиены, но знают о такой возможности. Всего лишь каждый десятый сельский житель (9,5%) пользуется данной услугой; не знают о такой услуге каждый 5 сельский житель (18%). Интернет постоянно или в отдельных случаях используют при покупке одежды и обуви каждый пятый сельский житель (22%), а также при покупке бытовой техники (18%) не используют Интернет, но знают о такой возможности более половины ответивших (62%). Среди городских жителей уровень данных показателей использования Интернета при покупке различных товаров в два раза выше.

Компьютерную технику используют на основной работе менее половины работающих (40%), по сравнению с горожанами (50%). Каждый третий работник (36%) испытывает потребность в получении новых знаний в области информационных технологий. Характер работы у половины работающих позволяет работать удалённо через Интернет, но из них менее половины (40%) имели возможность работать дистанционно. Сельские жители отмечают, что у них нет никаких проблем по обращению в различные социальные службы через сеть Интернет или мобильной связи.

Рассмотрим региональный контекст по федеральным округам: используют компьютерную технику по основному месту работы от 38% работающих сельских жителей в Поволжском федеральном округе до 43% в Уральском федеральном округе. Потребность в новых знаниях возникает у каждого третьего работника (30%) в Центральном федеральном округе до 43% сельских жителей в Уральском федеральном округе. Характер работы позволяет работать удалённо менее половине работников – от 43% в Северо-Кавказском федеральном округе до 45% в Сибирском Федеральном округе. Если сравнивать с показателями 2018 г., то существенных изменений не произошло.

На основе данных исследований рассмотрим, как введение передовых идей с использованием Интернет-технологий изменили содержание и форму обучения в сельской школе, основанные на модели совместных уроков информатики с общеобразовательными предметами, что позволило школьникам овладеть навыками поиска информации и сетевой культуры. Поддержка учебных курсов информационно-компьютерных технологий (ИКТ) с использованием ресурсов Интернет повлиял на

качественное изменение приёмов управления обучением и воспитанием в школах. Ещё в 2006–2007 гг. в результате подключения к Интернету всех российских школ доступ в сеть получили 14 млн школьников и 1,5 млн учителей [Бабич, 2009: 87].

В 2020 г. компьютерные классы имеют 95% сельских школ, и все они имеют доступ к Интернету и практически все учащиеся (97,5%) активно им пользуются, тогда как в 2018 г. каждая десятая школа (10,5%) не имела доступа к Интернету.

Большинство сельских школ (64%) имеют собственный сайт, в 2018 г. их было меньше половины (46%). Значительная доля учеников (81%) имеют электронные дневники, в 2018 г. каждый третий ученик не имел электронных дневников (35%). Большинство школ (70%) имеют программы с использованием дистанционных технологий, в том числе интерактивные доски (67%). К сожалению, только четверть школ (27%) имеют электронные библиотеки. Большинство семей с детьми отмечают, что у них есть навыки работы с компьютером, из которых 93% пользуются Интернетом постоянно, ежедневно. Цели входа – это дистанционное обучение, подготовка к урокам, общение в социальных сетях, развлечения.

Следует отметить, что институты социальной политики как образование, здравоохранение активизировали меры поддержки в условиях эпидемии COVID – 19, направленные на повышение доступности и качества образовательных и медицинских услуг, разработки различных инструментов для поддержки различных социальных слоёв. Например, в субъектах РФ активно действовали горячие линии для консультирования и помощи родителям и детям в режиме дистанционного обучения на карантине. Консультации вели специалисты органов управления образованием, учителя, методисты, социальные педагоги, психологи. В наиболее выигрышной ситуации оказались территории, имеющие опыт дистанционного обучения в активированные дни (периоды, когда погодные условия не позволяли учащимся ходить в школу). В этих регионах (Якутия, ЯНАО, ХМАО) онлайн-обучение было развёрнуто быстро и эффективно, а учителя оказались готовы к дистанционному формату. Министерство просвещения РФ инициировало или поддержало ряд комплексных мер по организации образовательного процесса в сложный период пандемии. Среди них организация горячих линий по вопросам работы в формате дистанционного обучения для работников сферы образования и родителей; телепроекты для старшеклассников, платформа «Моя школа в online» и др. Интересен проект «Волонтёры просвещения», когда студенты-старшекурсники педагогических вузов разных регионов России организовали обучение педагогов, не владеющих методами работы с компьютерной техникой, способам организации дистанционного режима [Чумиков, 2022: 15, 12].

Исследование показало, что современные информационные технологии, Интернет изменяют социокультурное развитие сельских территорий, становясь повседневными процессами, основанными на организационных формах социальных взаимодействий и отношений, моделях трудовых практик, в которых активно участвуют сельские жители. За последние два десятилетия сетевое пространство превратилось в среду, где осуществляется межличностное взаимодействие различных социальных групп и ведётся экономическая деятельность. Информационные технологии и инновации формируют таким образом новые элементы в социальной структуре российского села. Кризис COVID–19 продемонстрировал потенциал информационных и социальных технологий, направленных на противодействие и адаптацию возможностей для различных социальных групп населения.

Список литературы

Белоусов Ю. Цифровая экономика: понятие и тенденции развития / Ю. Белоусов // Вестник института экономики. 2021. № 1. С. 26–43. DOI 10.24412/2073-6487-2021-1-26-43.

Бабич И. Российский учитель в мире современных коммуникаций / П. Бабич // Интеллигенция в мире современных коммуникаций. Сб. статей / Под общей редакцией Ж. Т. Тощенко. М. : РГГУ, 2009. С. 77–91.

Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. М. : Медиум, 1995. 323 с.

Доклад о мировом развитии: Изменение характера труда. Вашингтон : Международный банк реконструкции и развития / Всемирный банк, 2019. URL: <https://www.vseirnuybank.org/ru/publication/wdr2019> (дата обращения: 20.02.2021.).

Козлова О. Конструирование поведения в мире современных коммуникаций / О. Козлова // Интеллигенция в мире современных коммуникаций. Сб. ст. / Под общей редакцией Ж. Т. Тощенко. М. : РГГУ, 2009. С. 17–78.

Муханова М. Трансформация российского села в условиях цифровизации агропромышленного комплекса // М. Муханова / Научный результат. Социология и управление. 2021. Т. 7, № 4. С. 167–179. DOI 10.18413/2408-9338-2021-7-4-1-1.

Россия может забыть о слове «дефицит» в отношении продуктов питания. Интервью с Д. Патрушевым // Сельская жизнь. 2020. № 28. С. 8.

Чумиков А. Н. Социально-коммуникационные механизмы адаптации населения к условиям пандемии в общероссийском, региональном и отраслевом контекстах / А. Н. Чумиков // Социологическая наука и социальная практика. 2022. Т. 10, №1. С. 7–23. DOI 10.19181/snsp.2022.10.1.8858.

Широв А. Почему цифровизация в России не помогает экономическому росту / А. Широв // Ведомости : [сайт]. 7 июня 2021. URL: <https://dzen.ru/media/vedomosti/pochemu-cifrovizaciia-v-rossii-ne-pomogaet-ekonomicheskomu-rostu-60be06bf7b0ba72b6f075936> (дата обращения: 01.07.2021).

Rose D. Agriculture 4.0: broadening responsible innovation in an era of smart farming / D. Rose and J. Chivers // Front. Sustain. Food Syst. 2018. Vol. 2. DOI 10.3389/fsufs.2018.00087. URL: https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fsufs.2018.00087/full?source=post_ (дата обращения: 09.09.2020).



Надточаева Надежда Владимировна
Белорусский институт стратегических исследований,
Минск, Республика Беларусь.
nvln@tut.by

«КОММУНИКАТИВНЫЕ МЕТОДЫ» КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ

Аннотация. В статье описываются методы прогнозирования развития социальной системы, основанные на коммуникации между исследователем и респондентом. Основой для работы послужил научный анализ подготовленных в 2018 г. и позже публикаций белорусских негосударственных социологических центров. Выделенные «коммуникативные методы», наиболее часто используемые в прогнозировании, были классифицированы как прямые и опосредованные, стандартные и экспертные. Методы описываются с позиции того, каких задач они позволяют достичь в прогнозировании, при каких условиях они используются, а также выделяются их сильные и слабые стороны.

Ключевые слова: социальная система, коммуникация, методология, прогнозирование, анкетирование

Nadtochayeva Nadezhda V.
Belarusian Institute for Strategic Researches,
Minsk, Republic of Belarus.
nvln@tut.by

«COMMUNICATIVE METHODS» AS A TOOL FOR FORECASTING THE DEVELOPMENT OF THE SOCIAL SYSTEM

Abstract. The article describes methods for predicting the development of a social system based on communication between a researcher and a respondent. The basis for the work was a scientific analysis of publications prepared in 2018 and later by Belarusian non-state sociological centers. Selected «communicative» methods, most commonly used in forecasting, were classified as direct and indirect, standard and expert. The methods are described in terms of what tasks they allow to achieve in forecasting, under what conditions they are used, and their strengths and weaknesses are also highlighted.

Keywords: social system, communication, methodology, forecasting, questioning

Социальная система – понятие довольно широкое, которое, однако, может быть представлено в трёх аспектах. Первый аспект – как множество индивидов, в основе взаимодействия которых лежат те или иные общие обстоятельства (проживание в одном городе, деревне и т. д.); второй – как иерархия социальных позиций (статусов), которые занимают личности, и социальных функций (ролей), которые они выполняют на основе данных социальных позиций; третий – как совокупность норм и ценностей, определяющих характер и содержание поведения элементов данной системы. Большую роль в функционировании общества как социальной системы играет также коммуникация, благодаря которой происходит обмен информацией между различными социальными акторами.

Любой социальной системе свойственны изменения. Данные изменения, так или иначе затрагивающие даже самые традиционные социумы, носят неизбежный характер и могут быть разнонаправленными. Так, внутри общества (если рассматривать его как синоним социальной системы) могут нарастать центробежные либо же

интеграционные тенденции, социальное недовольство, противоречия между различными пунктами общественного договора, между теми или иными группами и т. д. В этой связи актуальной представляется тематика прогнозирования развития социальной системы в том или ином направлении. На сегодняшний день существует множество методов прогнозирования (экстраполяция, экспертные оценки, метод моделирования и т. д.). Всего науке известно около 200 обозначенных методов [Леньков, 2013: 56].

Важно, однако, подчеркнуть, что, говоря о белорусском опыте, на практике одним из наиболее «популярных» методов прогнозирования являются методы, основанные на коммуникации, которая может вестись в двух направлениях: между исследователем и объектом исследования (респондентами), а также исследователем и представителями экспертного сообщества. Данная коммуникация может быть прямой (т. е. предполагающей личный обмен информацией между исследователем и объектом), а также опосредованной (основанной на контакте посредством информационно-коммуникационных технологий, социологического инструментария и т. д.). В этой связи методы прогнозирования, основанные на коммуникации, можно поделить на прямые и опосредованные, а также стандартные и экспертные (в первом случае респонденты выступают объектом исследования, во втором – носителями определённых знаний, информации).

Что касается группы прямых методов прогнозирования, то весьма часто применяемым инструментом является фокус-группа, которая может проводиться и в стандартном, и в экспертном варианте. В стандартном варианте она наиболее часто используется для получения информации относительно жизненных планов, стратегий и установок членов общества, а также для конкретизации данных, полученных количественным путём, либо же, напротив, при дефиците «первичной» информации об объекте исследования. Последнее верно и для экспертного варианта фокус-группы, при выборе которого её нередко проводят в формате «мозгового штурма» с целью рассмотрения самых различных вариантов развития системы.

Положительные и отрицательные свойства фокус-группы как метода прогнозирования тесно связаны с её особенностями качественного социологического метода. При выборе стандартного варианта к её положительным сторонам следует отнести возможность увидеть невербальные реакции респондентов, понять их настроение относительно перспективы наступления какого-либо события и т. д. Что же касается недостатков, то это взаимовлияние респондентов и невозможность экстраполировать результаты на всё население. Говоря об экспертном варианте, главным риском является возможность давления мнений более авторитетных экспертов. В этой связи целесообразно приглашать специалистов приблизительно равного статуса (если они знакомы) либо же предлагать им высказываться под номерами. Таким образом, какие-либо специфические особенности фокус-группы как метода прогнозирования выделить сложно.

Схожий по целям применения фокус-группы в прогнозировании прямой метод интервью также может использоваться в стандартном и экспертном варианте. При этом в Беларуси наиболее часто применяется полуструктурированное интервью.

Особенности интервью как метода прогнозирования, как и в случае с фокус-группой, связаны с его спецификой качественного метода.

Весьма распространённым инструментом сбора прогнозных данных является анкетирование, которое также называют опросом и которое может быть как прямым, так и опосредованным. Концепция данного метода как инструмента прогнозирования базируется на теореме У. А. Томаса, согласно которой все, что считается реальным, реально по своим последствиям [Хаусов, 2014: 38]. Опросы помогают выяснить, насколько индивиды считают вероятным то или иное событие, как в связи с этим планируют собственные жизненные стратегии, как будут поступать в определённых обстоятельствах и т. д. К примеру, считая вероятным скорое и резкое повышение цен на продукты питания (даже если это не обязательно произойдёт в будущем), население начинает их стихийно скупать, что приводит к дисбалансу в сфере торговли и пищевой промышленности. Следовательно, знание о намерениях индивидов помогает своевременно принимать верные управленческие решения.

Достоинством анкетирования как метода прогнозирования является его способность охватить большие социальные группы, возможность узнать о стратегиях поведения широких слоёв населения. Недостатком данного метода прогнозирования является то, что последующие реальные действия людей могут расходиться с их позициями, указанными в анкетах, поскольку индивиды могут стремиться давать социально одобряемые ответы. Так, к примеру, респондент может указать, что готов в будущем поддержать какой-либо благотворительный проект, но затем в реальности этого не сделать. В этой связи важно формулировать вопросы таким образом, чтобы они минимально, насколько это возможно, соотносились с системой координат «хорошо-плохо». Как правило, нивелировать эффект «ожидаемого ответа» помогают проективные техники.

Прямое анкетирование в стандартном варианте как метод прогноза менее распространено в Беларуси. Это отчасти связано со сложностью его проведения и организации, для которой требуется развитая сеть интервьюеров, большие финансовые затраты и т. д. Также это занимает большое количество времени, в связи с чем полученные данные на момент окончания опроса могут стать неактуальными. Риском также является и то, что во время проведения исследования может произойти событие, которое окажет значительное влияние на установки, планы и настроения населения, что сделает полученные данные нерепрезентативными (климатическое бедствие, резкие изменения на валютном рынке и др.). В целом же, прямое анкетирование в стандартном варианте по большей части используется для выяснения долгосрочных стратегий населения (относительно демографических, миграционных установок и т. д.).

Анкетирование экспертов (как прямое, так и опосредованное) осуществляется сравнительно нечасто, поскольку данную категорию респондентов чаще опрашивают либо путём глубинного интервью, либо путём фокус-группы. Не столько недостатком, сколько ощутимым риском данного вида прогнозирования является ошибка экспертов, которая может привести к получению некачественного прогноза. В этой связи целесообразно грамотно подбирать опрашиваемых специалистов, которые должны обладать достаточным опытом работы и не быть ангажированными.

Отдельно как инструмент прогнозирования стоит выделить онлайн-опрос, который является эффективным инструментом изучения гомогенных социальных групп, представители которых являются членами каких-либо виртуальных сообществ (спортивные фанаты, любители какого-либо бренда и т. д.). Достоинством данного метода прогнозирования является его оперативность, т. е. возможность применить его в условиях, когда необходимо получить информацию об объекте исследования в максимально сжатые сроки (к примеру, планируют ли респонденты на текущей неделе покупать валюту). Однако помимо уже обозначенного раннее эффекта «ожидаемого ответа», который может распространяться и на онлайн-опрос, к недостаткам данного метода прогнозирования относятся и традиционно выделяемые слабые стороны интернет-опросов (возможность попадания в выборку «случайных» респондентов, сложность экстраполяции данных на всё общество, проблема «накрутки» ответов и т. д.).

Также онлайн-опросы являются действенным инструментом формирования определённой картины социальной реальности. Это может осуществляться путём экстраполяции мнения узкой социальной прослойки на всё общество, использования ботов, проведения информационных кампаний перед публикацией опроса с целью формирования у аудитории определённого мнения и т. д. Таким образом, после того, как представление социальных субъектов о действительности сформировано с помощью опроса в необходимом его создателям направлении, срабатывает закон Томаса, и раннее желаемая картина становится частью реальности. При этом, однако, важно подчеркнуть, что онлайн-исследования набирают всё большую и большую популярность и применяются всё чаще. В этой связи целесообразно их дальнейшее изучение.

Таким образом, «коммуникативные» методы широко применяются в прогнозировании развития социальной системы. Однако важно отметить, что они при этом нередко используются в сочетании с другими инструментами (к примеру, статистическими, теоретическими методами и т. д.). Это позволяет получить более точный прогноз развития социальной системы.

Список литературы

Лекция 9. Общество как социальная система // Иркутский государственный университет, Институт социальных наук : [сайт]. URL: <http://socio.isu.ru/ru/chairs/ksf/courses/НИМИКИ/lekcii/9.html> (дата обращения: 02.09.2022).

Леньков Р. В. Социальное прогнозирование и проектирование / Р. В. Леньков. М. : ЦСП и М, 2013. 192 с.

Хаустов Д. С. Теорема Томаса: Жизнь одной идеи // Идеи и идеалы. 2014. Т. 2, № 3. С. 38–45.

EDN: CDWYIE



Намруева Людмила Васильевна
Калмыцкий научный центр РАН,
Элиста, Россия.
lnamrueva@yandex.ru

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЖИЗНЕННОМ ПРОСТРАНСТВЕ СЕЛЬСКИХ ЖИТЕЛЕЙ

Аннотация. В условиях модернизации информационно-коммуникационные технологии определяют состояние современного общества. Однако этот процесс в стране идёт весьма неравномерно вследствие существенной дифференциации в информатизации между различными регионами страны и также между городом и селом. К сожалению, огромное количество сельских территорий России не имеют доступа к техническим средствам, поэтому не имеют возможности их использовать. Безусловно, необходимо решать проблемы информатизации сельских территорий. В данной статье рассмотрено, как информационные технологии влияют на современное положение жителей одного сельского района Калмыкии, способствуют развитию сельского производственного сектора, адаптации сельских жителей к стремительно изменяющимся социально-экономическим реалиям.

Ключевые слова: Республика Калмыкия, сельские территории, модернизация, информационно-коммуникационные технологии, занятость населения, адаптация сельских жителей, сельскохозяйственная продукция

Namrueva Ludmila V.
Kalmyk Scientific Center of the Russian Academy of Sciences,
Elista, Russia.
lnamrueva@yandex.ru

THE ROLE OF SOCIAL COMMUNICATION IN THE LIVING SPACE OF RURAL RESIDENTS

Abstract. In the context of modernization, information and communication technologies determine the state of modern society. However, this process in the country is very uneven due to the significant differentiation in informatization between different regions of the country and also between the city and the countryside. Unfortunately, a huge number of rural areas of Russia do not have access to technical means, therefore they do not have the opportunity to use them. Of course, it is necessary to solve the problems of informatization of rural areas. This article examines how information technologies affect the current situation of residents of one rural district of Kalmykia, contribute to the development of the rural production sector, and the adaptation of rural residents to rapidly changing socio-economic realities.

Keywords: Republic of Kalmykia, rural territories, modernization, information and communication technologies, employment, adaptation of rural residents, agricultural products

Комплексные измерения модернизации в республике показали, что за постсоветский период изменились многие характеристики регионального сообщества, социальное поведение, социальное самочувствие населения. Нами выявлены открытость социума к инновациям, наличие подготовленных кадров для инновационной деятельности, миграционные настроения жителей республики [Намруева, 2013; Намруева, 2016]. Главная цель модернизации – социальное благополучие в обществе, она сфокусирована на улучшение жизни, повышение

гражданской ответственности. Информатизация, являясь одним из направлений модернизации, успешно решает задачи повышения качества жизни за счёт использования информационных и телекоммуникационных технологий.

В условиях рынка население нуждается в активном взаимодействии, обмене полезной информацией, рекламе своей продукции. Поэтому с развитием коммуникационных технологий в сельских поселениях стали весьма популярными социальные сети, которые позволяют оперативно получать необходимую информацию, передавать различные, в том числе важные социально-ориентированные объявления, делиться мнениями по разнообразным проблемам сельской действительности.

В связи с сокращением рынка печатных СМИ и постепенным переходом сельских жителей на интернет-источники, дифференциацией селян по уровню использования современных технологий возрастает актуальность изучения этих социокультурных процессов. С этой целью автор статьи рассматривает социальную группу в Вайбере «Объявления Большого Царына», которая на время написания статьи объединила более 3 тысяч (точнее 3 043) подписчиков. Их число еженедельно увеличивается, что свидетельствует о значимости данного чата.

Большой Царын – районный центр Октябрьского районного муниципального образования. С середины 1960-х гг. он представляет собой самую северную территорию рисосеяния в мире. В 1977 г. этот посёлок становится центром Всесоюзной ударной комсомольской стройки, куда прибыли строители со всего Союза, чтобы осваивать Сарпинскую низменность, развивать такие важные отрасли сельского хозяйства, как рисоводство, кормопроизводство. С развалом страны район испытал все драматические последствия социально-экономических преобразований: ликвидацию крупных сельхозпроизводств, закрытие многих предприятий и организаций, безработицу населения, их активную внешнюю безвозвратную миграцию. Население райцентра постепенно снижается с 5 772 человек в 1989 г. до 4 786 человек в 2021 г. [Большой Царын, 2022]. В современном Большом Царыне представлены мелкие перерабатывающие предприятия по изготовлению хлебобулочных изделий, обработке рисовой продукции, цех по убою мелкого скота. Ведущими отраслями в посёлке Большой Царын являются сельское хозяйство, торговля.

На территории райцентра располагались со дня основания два крупных рисоводческих хозяйства: «Калмыцкий» и «50 лет Октября». Первый из них был ликвидирован в середине 2010-х гг., второй успешно действует по настоящее время. В 2000-е и 2010-е гг. в структуре занятости последовательно уменьшается численность тех, кто трудоустроен в крупных хозяйствах. Соответственно, это ведёт к уменьшению количества личных подсобных хозяйств (ЛПХ), так как индивидуальным сельхозпроизводителям стало сложно приобретать сено, солому, корма, молодняк. Важной характеристикой современной сельской жизни, формировавшейся с середины 1990-х гг., является снижение значимости ЛПХ в самообеспечении продуктами питания (мясо, молоко, яйца), которые можно приобрести в любом магазине. Селяне объясняют своё нежелание держать скотину в подворьях, в первую очередь, отсутствием пастбищ для общественного сектора, дороговизной кормов [Намруева, 2019: 941].

Многие сельские жители республики постепенно утрачивают то, что некогда составляло основу их жизни [Намруева, 2020: 1374]. Таким образом, и в калмыцких сёлах имеет место тенденция, характеризующая современное российское село: «продовольственное самообеспечение перестало восприниматься сельским населением как стратегическая возможность выживания» [Краснов, 2022: 14]. Поэтому селяне, не желающие мигрировать из села, находят новые виды трудовой деятельности, чтобы иметь стабильные доходы, обеспечивать семью, растущие потребности домочадцев. И в этом стремлении, безусловно, помощниками являются не только коммуникативные умения и личностная предприимчивость, но и владение современными технологиями.

Одно из объявлений, помещённое в группу, гласит, что «с 1 августа на базе БУ РК «Октябрьский комплексный центр социального обслуживания населения» открыт кружок по компьютерной грамотности «Компьютер – мой друг». Цель его создания – обучить граждан пожилого возраста навыкам работы на компьютере, пользования информационно-коммуникационными технологиями в повседневной жизни». Поэтому в ближайшее время группа в Вайбере пополнится и лицами серебряного возраста, желающими включиться в деловые отношения сельского населённого пункта.

Анализ объявлений показывает, что значительно расширился спектр трудовой деятельности сельских жителей. Так, в нулевых годах в посёлке Большой Царын появилась неформальная группа таксистов (3–4 человека), которые быстро, с комфортом (в салоне чисто, прохладно – в жаркое время года, тепло – зимой) доставляли пассажиров в столицу республики по заявленному адресу. Такая услуга, несмотря на более высокую стоимость проезда по сравнению с ценами проезда на междугороднем автобусе, быстро стала востребованной. В 2022 г., исходя из числа объявлений, видим, как в 3–5 раз увеличилось число таксистов. К тому же с середины 2010-х гг. прекратило действовать автобусное сообщение по маршрутам Большой Царын-Элиста и Большой Царын-Волгоград.

Данный чат позволяет получить информацию, чтобы воспользоваться услугами и так называемых попутчиков, которые за умеренную плату, т. е. ниже стоимости проезда у таксистов, доставляют пассажиров и посылки в различные города, в том числе и в Москву. Следует отметить, что в указанном райцентре, который раскинулся на большой площади, весьма востребована услуга таксистов, перевозящих жителей внутри посёлка. В чате регулярно независимо от времени суток появляются вопросы: «Кто таксует по посёлку?». В прежние годы многие большецарынцы преодолевали пешим ходом немалые расстояния по посёлку. Как видим, сельский социум последовательно расширяет рамки узкого сельского рынка труда, тем самым нивелируется зависимость от сельского работодателя, повышаются доходы у наиболее предприимчивой части населения.

Совершенно прав М. М. Краснов, отмечая, что «новые стили жизненные возможности, связанные с увеличением доступности разнообразных услуг и товаров, особенно в сферах транспорта, связи, рекреации, приводят ко всё более заметному проявлению «демонстративного потребления», стремлению сельских жителей соответствовать «стандартам успешности» [Краснов, 2022: 14]. Так, сфера услуг,

существенно расширив масштабы деятельности на селе, приблизила в этом плане сельских жителей к городским возможностям. Отметим также такие новые формы, актуализированные в женской среде, как наращивание ресниц, перманентный макияж, различные виды маникюра, шугаринг, другие косметические процедуры. Есть специалисты, оказывающие химчистку диванов, колясок, мягкой мебели. По всей видимости, услуга востребована, т. к. данные специалисты набирают группу на будущую неделю. Есть специалисты, производящие бактерицидную чистку перьевых подушек с заменой наперника. Несколько человек устанавливают и ремонтируют сплит-систему, без которой в летнее время в Калмыкии сложно жить, так как температура достигает отметки + 50 градусов.

Анализируя объявления, можно констатировать, что в райцентре увеличилось количество торговых предприятий, число индивидуальных предпринимателей, реализующих разнообразные товары и услуги. «Море суши» предлагает морепродукты, полюбившиеся современными калмыками, которые в последние годы существенно изменили традиционный рацион питания своих предков. Магазины одежды, обуви, мебели предлагают богатый выбор современной продукции, ассортимент которой постоянно обновляется.

В Большом Царыне несколько лет назад завершено строительство водопровода, жители, имеющие финансовые средства, провели воду в квартиры, установили душевые кабины, туалеты, тем самым инфраструктура селян значительно приблизилась к городскому комфорту. В чате появляются объявления о поиске сантехников, их услуги стали необходимыми для большецарынцев.

Жители работоспособного возраста анализируемого посёлка постепенно приспособляются к атрибутам рыночной экономики и соответствующим социальным отношениям. Согласно разделяемому нами мнению социологов села, дифференциация населения по включённости в рыночные отношения зависит от имеющихся «ресурсов, как человеческих (физическое здоровье, образование, квалификация), так и материальных (насыщенность, например, подворья разными помещениями, доступность электро- и газоснабжения, наличие малой техники для возделывания земли и т. п.), но не менее важно совпадение структуры хозяйственной жизни с доменами жизненных ориентиров членов сельских сообществ» [Семейное хозяйство... 2020: 6]. Отдельные семьи, имея необходимую технику, осуществляют покос, предлагая селянам сено луговое из разнотравья хорошего качества по адекватной цене. Вес одного рулона достигает 210–240 кг. Продавцы сена пишут: «Обещаем, что будете довольны. Работаем по наличному и безналичному расчёту». Эти фермеры готовы не только загрузить, привезти, но и сложить сено, люцерну, солому. Об этом они пишут в своих обращениях к потенциальным покупателям. Безусловно, продукция этих растениеводов в преддверии зимовки весьма необходима для фермеров и владельцев небольших подворий.

В посёлке Большой Царын функционирует бойня, которая принимает мелкую рогатую скотину на убой по предварительной записи. Владелец бойни предлагает следующие цены на сельхозживотных: ягнята до 20 кг – 360 руб.; ягнята от 20 кг – 350 руб.; матка до 25 кг – 320 руб.; матка от 25 кг – 300; коза от 17 кг – 280 руб. Отметим, что за время подготовки статьи цены на продукцию незначительно выросли от 10 до

20 рублей за кг. В начале осени сельхозпроизводители активизируются, начинается пора сдачи сельхозживотных, которые на летних пастбищах набрали необходимый вес. По этой причине в сентябре появились объявления, что накануне дней забоя (понедельник, вторник) время занято. И в сентябре владельцы бойни внесли дополнение к объявлению: «Закупаем скотину живьём. Бык откормочный от 200 кг – 330 руб.; телки белого цвета от 160 кг – 290 руб.; телки жёлтого цвета от 160 кг – 260 руб.».

Следует заметить, что в Большом Царыне по субботам работает мясной рынок, в котором представлено большое разнообразие мясной продукции. Благодаря чату покупатели и продавцы заранее договариваются о купле/продаже баранины, говядины, свинины, конины. Накануне в группе увеличивается число объявлений с фотографиями на эту тему. Несмотря на бесконечное разнообразие проблем, отдельные жители района, потеряв работу, активно занимаются своими подворьями, выращивая крупный и мелкий рогатый скот, свиней, птицу, ухаживая за овощами, плодовыми деревьями. Привычные хозяйственные занятия позволили этим селянам в сложные времена не только выжить, решить насущные экономические задачи, но искать, осваивать, затем внедрять аграрные и ветеринарные компетенции. Так, некоторые хозяева разводят породистых животных. В группе встречаются объявления о продаже коров, свиней, кроликов, индюков, кур определённой породы. Ежедневно публикуются объявления о продаже фруктов и овощей, по всей видимости, в нынешнем году труд большецарыньских садоводов и овощеводов увенчался богатым урожаем.

Социально-экономические изменения, происходящие в государстве, затрагивают все сферы деятельности, включая сельское хозяйство. Поскольку страна переживает переходный период, повышается роль информационной осведомлённости и координации действий населения. В силу указанных обстоятельств в райцентре стала развиваться сфера разнообразных услуг, которых в прежние годы не было. Согласно разделяемому нами мнению, «расширение значимости социальных практик, отражающих активность сельских жителей (предпринимательство, трудовая миграция, потребление инновационных благ) характеризует переход сельского стиля жизни от «выживания» к «развитию» [Краснов, 2022: 10].

Большецарынцы, как и все сельские жители страны в целом, должны адаптироваться к «ситуации суженного пространства для реализации привеченных и актуальных для них социокультурных смыслов» [Семейное хозяйство... 2022: 20]. Отечественные исследователи отмечают: «В условиях «дальнейшего вытеснения людей из аграрного производства в результате научно-технического прогресса всё большее число сельских жителей будет переходить из формального сектора АПК в неформальный или другие отрасли хозяйства» [Семейное хозяйство, 2020: 20]. Осуществлённый нами анализ социальной группы «Объявления Большого Царына» показал, что в посёлке активное население независимо от возраста и финансовых возможностей открывают новые виды деятельности, что позволяет им встраиваться в рыночные отношения.

Список литературы

Большой Царын // Википедия : [сайт]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Большой_Царын (дата обращения: 18.08.2022).

Краснов М. М. Сельский стиль жизни в современной России и Колумбии: социально-экономические практики и тенденции развития : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.03 / Александр Александрович Краснов ; ВолГУ. Волгоград, 2022. 22 с.

Намруева Л. В. Социокультурное измерение модернизации в России / Л. В. Намруева // Вестник Калмыцкого института гуманитарных исследований РАН. 2013. № 1. С. 133–137.

Намруева Л. В. Миграция сельского населения как следствие трансформации крестьянского сознания (на примере Республики Калмыкия) / Л. В. Намруева // Великие евразийские миграции. Мат-лы Междунар. научн. конф. (г. Элиста, 11–14 октября 2016). Элиста : КалмГУ, 2016. С. 392–397.

Намруева Л. В. Мозаика современной жизни сельского населения Калмыкии (по итогам качественных исследований 2019 г.) / Л. В. Намруева // Oriental Studies. 2019. № 5. С. 938–944. DOI 10.22162/2619-0990-2019-5-938-944.

Намруева Л. В. Штрихи к портрету сельских территорий Калмыкии (по итогам научной экспедиции 2019 г.) / Л. В. Намруева // Oriental Studies. 2020. № 5. С. 1371–1377. DOI 10.22162/2619-0990-2020-51-5-1371-1377.

Семейное хозяйствование в жизненном пространстве современной деревни : [монография] / П. П. Великий, В. Л. Шабанов [и др.]. Саратов : Издательство «Саратовский источник», 2020. 240 с.



Плотников Владимир Валериевич

Московский университет
МВД России им. В. Я. Кикотя,
Москва, Россия.

inkognito13@inbox.ru

Кубякин Евгений Олегович

Московский университет
МВД России им. В. Я. Кикотя,
Москва, Россия.

tspopz@yandex.ru

СОЦИО-КОММУНИКАТИВНЫЙ АНАЛИЗ КОНФЛИКТОГЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА НЕЭТНИЧЕСКОЙ ПЛЮС-МИГРАЦИИ В Г. КРАСНОДАРЕ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ТРЁХЭТАПНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ 2019–2022 Г.).

Аннотация. Статья содержит в себе результаты трёхэтапного исследования, проведённого в 2019–2022 гг. в г. Краснодар и направленного на выявление основных проблем, связанных с процессом социальной адаптации приезжих и выстраиванием ими отношений с представителями коренного населения. В рамках исследования анализируются основные группы приезжих по критериям материального достатка, уровня информированности о социальной ситуации в городе, семейного положения, профессионального статуса.

Ключевые слова: социальная коммуникация, конфликтогенный потенциал, приезжие, коренные жители, миграция

Plotnikov Vladimir V.

Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia
named after V. Ya. Kikotya,
Moscow, Russia.

inkognito13@inbox.ru

Kubyakin Evgeny O.

Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia
named after V. Ya. Kikotya,
Moscow, Russia.

tspopz@yandex.ru

SOCIO-COMMUNICATIVE ANALYSIS OF THE CONFLICT POTENTIAL OF NON-ETHNIC PLUS MIGRATION IN KRASNODAR (BASED ON THE RESULTS OF A THREE-STAGE STUDY 2019–2022)

Abstract. The article contains the results of a three-stage study conducted in 2019–2022 in Krasnodar and aimed at identifying the main problems associated with the process of social adaptation of visitors and building relationships with representatives of the indigenous population. The study analyzes the main groups of newcomers according to the criteria of material wealth, level of awareness of the social situation in the city, marital status, professional status.

Keywords: social communication, conflict potential, visitors, natives, migration

Социологическое исследование, посвящённое конфликтогенному потенциалу неэтнической миграции, проводилось по заказу муниципального казённого учреждения муниципального образования «Общественно-информационный центр города Краснодара» в три этапа в период с 2019 по 2022 год. Исследование включало в себя анкетирование (общее число респондентов 945 человек, из них 62% – коренные жители и 38% – приезжие) с последующим экспертным опросом (экспертная группа:

представители органов государственной власти, учёные, журналисты, чья деятельность непосредственно связана с различными аспектами неэтнической миграции, всего 31 человек).

В результате проведённого исследования нами были получены следующие результаты. Прежде всего, экспертный опрос по ряду позиций подтвердил данные, полученные на более ранних этапах исследования. Одновременно с этим результаты проведённого исследования позволили вскрыть ряд сложных моментов и избежать упрощённого взгляда на проблему. Одна из распространённых ошибок в попытке охарактеризовать общий фон социальных отношений состоит, собственно, в обобщающем подходе, продвигающем некую одну генеральную тенденцию и не придающем значения другим факторам. В этом отношении ситуация в Краснодаре, связанная с приростом населения за счёт неэтнической миграции, не может быть охарактеризована в рамках некой одной категоричной тенденции. Вместе с тем, присутствуют отдельные регистрируемые тенденции, учитывая которые можно более отчётливо понимать специфику неэтнической миграции, а также связанные с ней проблемы и противоречия.

В основе неоднородности ситуации лежит то, что как в среде коренного населения города Краснодар, так и среди приезжих имеют место существенные различия по имущественному критерию, качественным культурным показателям, профессиональному статусу, характеру мировоззрения, семейному положению, преобладающей жизненной стратегии и т. д. По этой причине ситуация отношений между коренным населением и приезжими (как и, в целом, сама ситуация социального устройства приезжих) сильно варьируется от одного конкретного случая к другому. Однако более детализированное рассмотрение отдельных социальных групп, на которые подразделяются коренное население и приезжие, позволяет выделить отчётливые тенденции, характеризующие как проблемы идентификации коренного населения и приезжих, так и проблемы социально-политического плана, связанные с деятельностью администрации в условиях происходящих социальных изменений. Миграция и связанный с ней рост населения, таким образом, порождает проблемы двух типов:

- межгрупповые противоречия в среде коренного населения и приезжих;
- институциональные и инфраструктурные проблемы, связанные с общим ростом уровня населения.

В рамках проведённого исследования нами была осуществлена детализация основных социальных групп (как в среде приезжих, так и среди коренного населения) по критериям институциональной определённости, уровня культурного развития, профессиональному статусу и степени образованности, степени предрасположенности к политической активности, конфликтогенному потенциалу. В ходе анализа характеристик жителей г. Краснодар, недавно переселившихся в него, произведена детализация по критерию оптимальности стратегии осуществления переселения и выделены социальные признаки людей, наиболее эффективно осуществляющих процесс интеграции в социальную жизнь г. Краснодара.

По результатам экспертного опроса определено, что одним из ключевых критериев, на основании которых можно осуществить деление приезжих на отдельные социальные группы с возможностью выявления их конфликтогенного потенциала,

является деление по имущественному критерию. Это связано с тем, что материальное положение определяет целый комплекс социальных характеристик человека, к числу которых относятся:

- степень социальной устойчивости и независимости человека от внешних факторов;

- преимущественные стратегии социальной активности субъекта (от «стратегии выживания», характерной в ситуации нехватки материальных ресурсов и вплоть до уверенной, комфортной модели социального устройства, связанной с наличием существенной «финансовой подушки»);

- социальные риски, связанные с наличием/отсутствием выбора в условиях переселения (здесь подразумевается разброс вариантов от крайне уязвимого положения людей, не имеющих средств к существованию и вынужденных включаться в «сомнительные схемы», до стабильного обеспечения необходимых социальных благ, эффективного трудоустройства и т. д.);

- набор социальных приоритетов и степень готовности к активной политической деятельности;

- социальный статус в глазах коренного населения.

Момент материального статуса приезжих – это не просто количество денег, с которыми они приезжают в Краснодар с целью переселения. Материальный статус определяет широкий спектр проблем, с которыми может столкнуться человек в процессе переселения (либо свободы от них), характер и интенсивность социальной активности, в целом – ту стратегию, которую он может или вынужден реализовать в процессе переселения.

Как отметили эксперты, в большинстве своём приезжие относятся к социальным группам с низким и средним уровнем материальных ресурсов, в то время как на приезжих, не стеснённых в средствах, приходится малая доля от общего числа. Это создаёт в среде слабо обеспеченных приезжих такие сложности, как бедственное положение, необходимость выживать, выбирая менее благоприятные, но доступные варианты, попадание в замкнутый круг долговых обязательств, частое попадание в криминальные схемы (в качестве участника или жертвы). Что касается тех из числа приезжих, кто располагает средствами, необходимыми для приобретения жилья и первичного устройства, на первый план выходят проблемы профессионального и бытового плана. Точка зрения экспертов по поводу социально-политической (и в том числе протестной) активности данной группы совпадает с первоначальными результатами опроса, проведённого ранее: наибольшую активность проявляет социальная прослойка, обладающая базовой устроенностью, но при этом не имеющая избыточных ресурсов, позволяющих самостоятельно решать ряд проблем (например, проблемы, связанные с образованием или здравоохранением). Зачастую по факту переезда, в связи с затраченными на него ресурсами, они уже не обладают возможностью сменить место жительства, и потому в высшей мере заинтересованы в улучшении условий. Для социальной прослойки с высоким уровнем материального достатка, по мнению экспертов, характерно сравнительно нейтральное социальное проявление (и, в частности, отсутствие ярко выраженной готовности к социально-политической активности).

Помимо институциональной характеристики уровня материальных ресурсов, немаловажное значение в том, каковы результаты переселения, играет семейная определённость человека. Наличие семьи определяет совершенно иной уровень необходимых трат, социальных потребностей (школа, детский сад, детская площадка и т. д.), влияет на количество личного времени, приоритеты, возможность индивидуального развития (причём здесь могут иметь место как положительные, так и отрицательные варианты).

На основании семейного и материального статуса приезжего и анализа основных факторов, определяющих условия жизни приезжих, эксперты выделяют ряд положительных и отрицательных сценариев переселения в г. Краснодар. При этом, в рамках анализа успешных и неэффективных моделей переселения, учитываются не только социальные характеристики приезжих, но и ситуация в городе. Эксперты отметили наличие ряда серьёзных проблем (трудоустройство, существенные временные затраты на транспортное перемещение, парковки, недостаток мест в детских садах и школах и т. д.). По факту, проблема эффективности переселения связана с тем, насколько в действительности город готов к принятию новых людей. Причём здесь есть сразу два измерения, которые, собственно, и лежат в основе конфликтов между коренным населением и приезжими. Это снижение уровня социальных благ, доступных каждому жителю (ужесточение конкуренции, нехватка трудовых мест), а также несоответствие условий, в которые попадает человек, с его исходными ожиданиями, мотивировавшими его на переезд. И в данном случае не только приезжим необходимо адаптироваться к тем условиям, в которые они попадают. Не менее важной становится адаптация города к изменившимся условиям и создание условий для населения, уже проживающего в нём, равно как и тех, кто переселится в него в ближайшем будущем. Также нельзя не учитывать, что конфликтное, изначально предубеждённое отношение со стороны некоторых представителей по отношению к приезжим как социальной группе основано на следующих основных факторах:

- личный негативный опыт общения с некоторыми представителями группы приезжих, на основании которого строится индуктивное заключение о типичных качествах для приезжих;

- наличие в г. Краснодаре социальных проблем, решить которые человек не в силах самостоятельно, что ставит перед ним уже не конкретную проблему, которую можно решить, а проблему экзистенциальную, или психологическую (в аффективных реакциях это «поиск виноватых»);

- присутствие в социальном дискурсе упрощённых производных от первых двух факторов (частный или единичный опыт плюс страх ухудшения жизненных условий) в сочетании с регулярно воспроизводимыми стереотипами;

- отсутствие чётких критериев понимания смысла демографических изменений на фоне желания утвердить неформальный статус.

Необходимость адаптации условий, предоставляемых городом, является одним из логичных следствий общей ситуации. Вместе с тем, речь идёт о масштабных изменениях, требующих привлечения серьёзных государственных ресурсов для того чтобы организовать корректные условия для жизни проживающих в нём людей. Условия, предоставляемые городом жителям, – это тот ключевой момент, в котором

сходятся практически все из затронутых нами проблем, включая проблемы переселения малоимущих и латентный конфликт между коренным населением и приезжими. Поскольку предмет противоречий – это, в первую очередь, условия существования и доступные блага, повышение уровня последних может серьёзно снизить конфликтогенный потенциал в городе.

Возвращаясь к позитивным и негативным сценариям осуществления миграции в г. Краснодар, отметим, что позитивные сценарии в большинстве своём связаны с осознанным переселением, в ходе которого человек осознаёт условия, в которых он будет жить, заручается необходимой информацией и материальными ресурсами и лишь после этого осуществляет окончательный переезд. Данная модель исключает одну из двух обозначенных проблем – несоответствие реальности ожиданиям, связываемым с переселением. Как отмечают эксперты, завышенные ожидания – одна из частых, циклически повторяющихся ошибок приезжих, впоследствии заставляющая их чувствовать себя обманутыми и испытывать недовольство теми условиями жизни, которые они сами выбрали. При этом, как отмечают эксперты, ключевым здесь является осознанный переезд в г. Краснодар, в то время как в ряде случаев наблюдается исход из определённого места, основанный на представлении, что в Краснодаре лучше.

В качестве негативного сценария эксперты отмечают ситуацию переселения с низким уровнем материальных, временных и информационных ресурсов, а также переезд людей, обладающих повышенным уровнем обязательств (например, многодетные семьи) при низком уровне личных возможностей. Также негативной является ситуация, когда человек, осуществляя переезд, исходит из мифологического восприятия предполагаемых условий проживания и, сталкиваясь с реальностью, испытывает разочарование и, соответственно, проявляет недовольство.

Анализируя отношения между коренным населением и приезжими и, в частности, потенциал развития конфликта между ними, следует отметить, что конфликт присутствует, но, по большей части, носит латентный характер. Кроме того, в ряде случаев эксперты отмечают низкий уровень напряжённости в сравнении, например, с ситуацией в Москве. Вместе с тем, модели стереотипизации коренного населения и приезжих присутствуют в информационном пространстве и, в частности, активно репрезентируются в ходе сетевой коммуникации, что представляет угрозу стабильности социальной ситуации, поскольку существует риск выхода протестной активности с электронно-коммуникативного уровня на уровень реальной протестной деятельности. Отдельный риск в данном случае связан с высокой мобилизующей и организующей способностью интернет-коммуникации.

Большинство экспертов сходятся во мнении, что основные проблемы, связанные с миграцией, проистекают из недостаточной готовности города к такому уровню населения (что требует адаптации инфраструктурного и институционального его аспектов), а также из недостаточной информированности приезжих о реалиях жизни в Краснодаре. По этой причине одним из путей решения проблемы (помимо улучшения обстановки в городе за счёт преодоления таких проблем, как пробки, нехватка школ, парковок, детских садов, медиков и т. д.) является грамотное информирование людей, планирующих перебраться в Краснодар, об основных аспектах жизни в нём, как положительных, так и отрицательных. Это позволяет избежать разочарований, активно транслируемых вовне и становящихся одной из причин роста конфликтности.

Экспертами отмечается, что уровень повышенной социальной активности на фоне обозначенного латентного конфликта может иметь, как минимум, три варианта развития.

Негативный сценарий: самоорганизация в группы, в том числе экстремистской направленности, для своего рода «решения» насущных частных проблем. Такого рода проявления групповой агрессии, как правило, примитивизированы и направлены, а сведение счётов с предполагаемыми виновниками.

Нейтральный сценарий: сохранение недовольства социальными противоречиями без попыток организованного их разрешения.

Положительный сценарий: создание НКО, добровольных объединений для реального решения насущных социальных проблем, в том числе за счёт госфинансирования (например, в рамках грантовых программ). Ряд экспертов отметил, что развитие институциональной составляющей гражданского общества способно вывести город из ситуации кризиса.

Подводя итог, отметим, что проблема роста социальной напряжённости, связанная с миграционными процессами, носит комплексный характер. По этой причине её разрешение требует разноплановых мер, от мониторинга ситуации в рамках проводимых гуманитарных исследований, до информационной работы с потенциальными мигрантами и обустройства города в соответствии с нуждами возросшего населения.

Совокупность проблем муниципального образования г. Краснодар, инициированная плюс-миграцией неэтнического характера, сводима к следующему:

1. Существует конфликт, генерированный отсутствием коммуникации властей города и потенциальными приезжими. Его основное содержание в несовпадении представлений приезжими о жизни в г. Краснодаре (равно как и в Краснодарском крае) и актуальными реалиями.

2. Реклама края существенно влияет на сознание приезжающих людей, вместе с тем она показывает положительные стороны, но не вскрывает проблемный фон.

3. Конфликт как социокоммуникативное противостояние приезжих и коренного населения, присутствующий в социальном дискурсе.

4. Приезжие слабо мониторят реальные условия проживания. Например, тяжелый температурный режим города из-за водохранилища, большая влажность (отсутствие коммуникации как информирующего аспекта, хотя и можно посмотреть справку по средней температуре и по месяцам, но не все это делают).

5. Конфликт, состоящий в мифологическом представлении о будущей жизни на Кубани.



[EDN: ENQRYY](#)

Пруель Николай Александрович

Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Россия.

pruijel@inbox.ru

Рубцова Мария Владимировна

Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Россия.

abc33@yandex.ru

Меньшикова Галина Александровна

Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Россия.

menshikova.g.a@mail.ru

КУРС ПРАВИТЕЛЬСТВА РФ НА КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ ИЛИ «ШАГ ВПЕРЕД – ДВА ШАГА НАЗАД»

Аннотация. Курс на клиентоцентричность – новая технология управления, целью которой является повышение качества работы государственных служб как отражение усиления взаимодействия власти и населения. Не менее важным, чем основная идея формирования «Государства для людей», по нашему мнению, является отработка новых – мягких технологий управления.

Цель публикации – оценить результаты почти годовой деятельности Правительства РФ по его реализации, выявив успехи, но и обозначив недоработки. Для этого были проанализированы правительственные документы и сайты Министерств. Недоработки сведены к двум: недостаток публичности, а также смена механизма оценивания работы министерств и территорий, которые в порядке эксперимента взяли его реализовывать.

Ключевые слова: клиентоцентричность, мягкие технологии управления, анализ правительственных документов, успехи и недоработки

Pruijel Nikolay A.

Sant-Petersburg University,
Sant-Petersburg, Russia.

pruijel@inbox.ru

Rubtsova Maria V.

Sant-Petersburg University,
Sant-Petersburg, Russia.

abc33@yandex.ru

Menshikova Galina A.

Sant-Petersburg University,
Sant-Petersburg, Russia.

menshikova.g.a@mail.ru

THE COURSE OF RUSSIAN GOVERNMENT ON CUSTOMER-CENTRICITY OR «ONE STEP FORWARD – TWO STEPS BACK»

Abstract. The course towards client-centricity is a new management technology, the purpose of which is to improve the quality of public services as a reflection of the strengthening the interaction between the authorities and the population. No less important than the main idea of the course – the formation of the «State for the people», in our opinion, is the development of new – soft management technologies.

The purpose of the publication is to evaluate the results of almost a year of activities of the Russian Government in its implementation, identifying both: successes and shortcomings. This was analyzed by government documents and web-sites. The shortcomings are reduced to two: the lack of publicity in setting goals, as well as a change in the mechanism for evaluating the work of ministries and territories, which, as an experiment, undertook to implement it.

Keywords: client centricity, soft control technologies, analysis of government documents, successes and shortcomings

Введение

Проиллюстрируем важность нового правительственного курса выдержкой из выступления Премьер-министра страны Мишустина В. В.: «Он (курс – *уточнение сделано авторами статьи*) вовлечён в нацпроекты. Потому что все, что внутри нацпроектов запланировано и реализуется, это всё делается для людей. Всё очень быстро меняется, детали новые появляются. Поэтому любая корректировка, изменение, ускорение мероприятий – мы всё это делаем, отталкиваясь от того, насколько это актуально, необходимо нашим людям» [В Правительстве заявили...]²⁷. На практике, особенно с 2022 г., стало применяться и другое название программы – «Государство для людей». Актуальность проблематики усиливается её новизной, она была утверждена в декабре 2021 г., а также тем, что её предполагалось реализовать в режиме «курса», т. е. рекомендуемого направления развития, а поэтому используя «мягкие» технологии воздействия.

Ответственный за реализацию курса (зампред Правительства – руководитель Аппарата Правительства) Дмитрий Григоренко оценил его так: «Основные ожидания граждан при получении госуслуг связаны с индивидуальным подходом при решении их персональных проблем наиболее удобным для них способом. Клиентоцентричность – это изменение подходов государства к оказанию услуг не как идеальному процессу, а как достижению конечного результата в виде удовлетворённости гражданина»²⁸.

Кратко проследим этапы законодательного оформления курса. В апреле 2020 года была утверждена «Стратегия социально-экономического развития России до 2030 года». Одним из пяти её ключевых направлений было названо «Клиентоцентричное государство». Суть его – совершенствование платформы «гос. услуги», что должно способствовать углублению каналов взаимодействия населения и власти (1), расширению поля оказываемых услуг, включив в них мониторинг оценки качества работы организаций, обслуживающих население (2). Работа с платформой должна стать привычной практикой россиян (3), повысить авторитет власти (4), а также стать образцом для подражания региональными и отраслевыми структурами исполнительной власти (5).

Исходным началом курса можно считать постановку задачи на повышение качества обслуживания населения, зафиксированную в Распоряжении Правительства

²⁷ В правительстве заявили, что проект «Государство для людей» сопряжен с нацпроектами // ТАСС. 28 июля 2022: [сайт]. URL: https://tass.ru/ekonomika/15330723?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com (дата обращения: 03.10.2022).

²⁸ Сервисная модель государства и принципы клиентоцентричности // Рамблер. 23.12.2021: [сайт]. https://news.rambler.ru/community/47824987/?utm_content=news_media&utm_medium=read_more&utm_source=corylink (дата обращения: 03.10.2022).

РФ от 20 февраля 2021 г. № 431-р «Об утверждении Концепции цифровой и функциональной трансформации социальной сферы, относящейся к сфере деятельности Министерства труда и социальной защиты РФ, на период до 2025 г.».

Следующим шагом стало обсуждение проблемы на Петербургском международном экономическом форуме (2–5 июня 2021), где в рамках трека «Национальные цели развития: от задач к результатам» прошла специальная сессия «Клиентоцентричность государственного управления». В экспертной дискуссии приняли участие: первый заместитель руководителя Администрации Президента РФ Сергей Кириенко, заместитель Председателя Правительства РФ и руководитель Аппарата Правительства Дмитрий Григоренко, президент и председатель правления Сбербанка Герман Греф, ректор Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ Владимир Мау. Итог обсуждений отразился в принятии Курса на клиентоцентричность, а также в выборе технологий и методов его реализации.

Таблица 1. Базовая информация из Паспортов программ [Инициативы правительства] с ориентацией на плановые показатели как основу оценки выполнения

Название программы	Краткая характеристика	Головное ведомство
1. «Правила «человекоцентричности»» РГ04-ОС06-ПР01	Стандартизация и внедрение в деятельность органов государственной власти принципов клиентоцентричности. (планируемые результаты не названы)	Правительство России
2. «Инструменты клиентоцентричного государства»» РГ04-ОС06-ПР03	Планируемые результаты: будет сформирована нормативная, информационная, аналитическая и организационная база для проектирования, создания, мониторинга клиентоориентированности гос. услуг и сервисов, организовать сбор широкой обратной связи от получателей услуг, обеспечить открытый диалог.	Министерство экономического развития
3. «Госуслуги онлайн»» РГ05-ОС02-ПР03	– 100% информационных систем госорганов будут интегрированы с личным кабинетом портала госуслуг; – 100 госуслуг будут оказываться онлайн с представлением результата в момент обращения; – 100% информационных систем госорганов будут интегрированы с личным кабинетом портала госуслуг; – возможность получения организациями популярных госуслуг без очных визитов;	Министерство цифрового развития России

Проработав предложения экспертов, Правительство разработало три проекта, воплощающих идею клиентоцентричности, отразив их в Перечне инициатив – их всего

было 42 – социально-экономического развития до 2030 года, утверждённом 07.10.2021 г. (см. табл.1).

Следующим этапом оформления курса стало принятие, во-первых, Постановления Правительства РФ № 3878 от 15.12.2021, в котором были названы экспериментальные площадки: 6 Министерств²⁹ и органы исполнительной власти трёх областей (Московской, Тульской и Липецкой), которые в порядке эксперимента должны были актуализировать свою активность на региональных платформах «Гос.услуги». На деле на первом этапе к эксперименту присоединились ещё два региона: Саратовская и Тульская области. Кроме того, были разработаны и утверждены показатели контроля за ходом процесса реформирования; планировалась ежемесячная отчётность о проделанной работе и достигнутых результатах. Другой документ – Распоряжение правительства РФ №3878 от 27.12.2021 г., в котором указывалось на создание при Аналитическом Центре Правительства проектного офиса по информационно-аналитическому сопровождению проекта «Клиентоцентричность». В задачи офиса входило обеспечение проекта соответствующей документацией (1), создание лаборатории тестирования, призванной постоянно оценивать качество оказываемых услуг (2), формирование и поддержание «Профиля клиентского сегмента» (3), а также реестра жизненных ситуаций (4), организацию мониторинга данных (5) и обобщение обратной связи (6). Цель проекта – «Проектирование госуправления 4.0».

Попытаемся проанализировать первые итоги. Понятно, что политические события изменили ситуацию в стране, отодвинув на задний план задачу повышения качества обслуживания населения. Тем не менее, оценка итогов почти годовой деятельности экспериментальных отраслей и регионов представляется значимой научной задачей, поскольку контроль за ходом новаций (выявление успехов лидеров и неудач, отстающих) – обязательный элемент социального управления.

1. «Шаг вперёд» или в чём же состоят достигнутые за год успехи

Реализация проекта началась чуть менее года назад, но не на пустом месте.

Курс базировался на достижениях, накопленных информационными системами страны по обобщению социально-экономических данных для управления. Он строился на учёте результатов опытных экспериментов в рамках отдельных министерств, например, был использован опыт ФНС, МЭР и других по апробации тестовых лабораторий, организующих постоянный мониторинг оценки качества обслуживания. За год до принятия курса были разработаны три типа стандартов клиентоцентричности: для человека, бизнеса и государства.

Напомним, что история использования государственных информационных систем (ИС) органами власти насчитывает несколько десятков лет. Системное использование ГИС в интересах создания электронного правительства началось в середине 1990-х гг. Они стали технологической основой цифровизации государства, но между ними (информационными системами и платформами) можно выделить ряд различий. Так, цифровые платформы соединяют население и государство, а не только служат целям последнего. ИС создавались для нужд конкретного органа управления, а платформы призваны стать общими коммуникативными экосистемами. Они основаны на автоматизации сбора информации, а платформы – создают отношения нового типа.

²⁹ МЭР, Мин.фин, Мин цифра, Мин труд, ФНС и Росимущество.

Новый проект основан, с одной стороны, на уже достигнутых успехах, а, с другой, должен помочь преодолеть проблемные зоны. Так, в области цифровизации управления уже проделана большая работа, в частности, выросло число активных пользователей Единого портала госуслуг (ЕПГУ). По числу пользователей Россия сопоставима с лидерами цифровой трансформации – Великобританией и Австралией. Но это нельзя считать достаточным. Необходима перестройка всех процессов на государственной стороне, а не только тех сервисов, которые оно предоставляет бизнесу и гражданам. Министерством цифрового развития определены 25 ключевых прорывных пакетов государственных услуг (суперсервисов), разделённых на два основных вида: комплексное решение жизненных ситуаций граждан и бизнеса, а также цифровая трансформация приоритетных государственных и муниципальных услуг.

Общепризнанно, что Россия далеко продвинулась в сегменте G2C8 (Government to Citizen), а в сегменте G2G9 (Government to Government) значительно отстала. Необходимо формировать государственный сервис в платформенном виде, создавая бесшовную интеграцию как между государственными (федеральными, региональными и муниципальными) информационными системами, а также с бизнес-сервисами. Платформа «Госуслуги» и должна стать прорывной технологией, решающей возникшую проблему.

В качестве успехов укажем на готовность к использованию непривычных для России мягких технологий воздействия. По аналогии с внедрением оценки регулирующего воздействия, конкретными путями внедрения планировалась апробация новых приёмов экспериментальными министерствами и регионами, возможно, рейтинг регионов по мере распространения опыта лучших. Своевременно были разработаны показатели и намечен порядок отчётности.

В целом, конечно, успехи выступают в форме интенций, но актуальность проблемы, признание допустимости применения мягких технологий, продуманность и планируемая публичность отчётности нельзя не оценить положительно.

2. Что происходит на практике или что заставляет нас оценить ситуацию как «два шага назад»?

Представляется, что, оценивая недостатки, можно выделить три направления: слабое участие науки в трансляции идей курса (1), изменение механизма контроля в реализации плановых показателей курса министерствами и территориями (2), а также перенос начала на 2023 год (3).

Как представляется, те 6 статей, которые формируют российское исследовательское поле по тематике клиентоцентричности в государственном управлении [Беликова, 2021; Богатырева, 2021; Воронов, 2022; Дмитриева, 2021; Емелин, 2022; Клиентоцентричный подход... 2021], не соответствуют важности задачи. Если учесть, что большая их часть посвящена теории, то признать отклик учёных на инициативу Правительства достаточным нельзя. Важно, что управленческие аспекты, включая оценивание качества обслуживания, остаются без общественного внимания.

Представим некоторые итоги оценки работы министерств в направлении клиентоцентричности, учтя наличие специально принятых документов и разработку особых, отражающих специфику инициатив. За базу для анализа были взяты официальные сайты 6 министерств, находящихся на эксперименте, см. табл.2.

Таблица 2. Некоторые итоги деятельности Министерств, находящихся на эксперименте по внедрению принципа клиентоцентричности

Название органа исполнительной власти	Наличие ведомственных распоряжений	Особые инициативы
Правительство РФ	Приняты новые постановления: -РП-1353 (28.05.2022) «О расширении перечня услуг, оказываемых в электронной форме» (добавлено 7 услуг); - РП – 951 (25.05.2022) «О мониторинге качества гос. услуг». 22.09.2022 проведена стратегическая сессия по внедрению принципов клиентоцентричности.	Переход к 2023 году на оказание on-line услуг в течение 24 часов 7 дней в неделю; перенос начала перехода 13 экспериментальных площадок на 2023 г.
МЭР	29.12.2021 г. утверждена ведомственная программа цифровой трансформации на 2022–2024 годы	Ведение рейтинга руководителей органов управления по уровню цифровой трансформации
Министерство Финансов	Специальных документов по клиентоориентированность не выявлено, но в плане Министерства по реализации концепции открытости органов власти [План Министерства финансов...] содержатся положения: 5.10. поддержка работы веб-сервиса, обеспечивающего автоматическое уведомление заявителей о получении и регистрации в Минфине России обращения или запроса в электронном виде. 5.11. поддержка работы онлайн-сервиса отслеживания прохождения обращений и запросов заявителей в структурных подразделениях, 5.12. подготовка справочной информации о соблюдении сроков направления ответов на обращения и запросы граждан структурными подразделениями Минфина для подведения итогов по показателям оценки их деятельности.	
Министерство цифрового развития	Помимо выполнения функции объяснения пользователям сайта гос. услуг о новых возможностях и услугах, что отражено непосредственно на сайте министерства, оно разрабатывает формы анонимных опросов в отношении услуг участников эксперимента по апробации инструментов, размещая итоги опросов на своём сайте [Электронные формы...].	
Министерство труда и социального обслуживания	Помимо выполнения функции объяснения пользователям сайта гос. услуг об услугах, касающихся трудовых отношений и социальной защиты, что отражено непосредственно на сайте министерства, оно осуществляет анонимный и добровольный опрос населения как пользователей гос. услугами (и в on-line форме, и в реальных социальных учреждениях).	
Федеральная налоговая служба	Помимо реализации функций прямого on-line обслуживания граждан по вопросам, связанным с налогообложением, сайт организует анонимный и добровольный опрос населения как пользователей гос. услугами по своему профилю. С 2018 года в ФНС функционирует <u>Лаборатория пользовательского тестирования</u> , через которую проходят все сервисы, предоставляемые Службой. В ближайшем будущем планируется создать систему, в которой <u>каждый сервис</u> будет строиться вокруг клиента, его запросов, проблем и ценностей.	
Росимущество	На сайте службы имеет место информация о торгах, но документы, связанные с клиентоцентричностью, не выявлены. Добровольный опрос присутствует на сайте, но его проведение организовано МЭР.	

Дополнительно укажем, что все министерства (кроме Росимущества) на своих сайтах имеют выход на портал госуслуг, где они представляют информацию по оказанию профильных для них услуг. Именно к перестройке официальных сайтов, актуализирующих получение информации по своей тематике в портале «Госуслуги», а

также организация проведения добровольного анкетирования пользователей – практически свелось внедрение курса.

Что касается регионов – областей, которые названы экспериментальными, то особых отличий в их региональных порталах не выявлено. Как оказалось, намеченное реформирование с ежемесячной отчетностью перенесено на начало 2023 года, о чём было заявлено не стратегической сессии для руководителей Министерств и отдельных регионов. При этом по сравнению с планом, который должен был внедряться в 2022 году, порядок внедрения изменён. По предложению главы Минцифры Максуды Шадаева, они будут основаны на трёх инициативах, связанных с клиентоцентричностью органов власти при предоставлении госуслуг. Первая инициатива – назначить в каждом ведомстве ответственного за каждую госуслугу «в рамках федерального проекта развития клиентоцентричности. Суть отчёта должна состоять в сопоставлении достигнутых показателей с утверждёнными декларациями ценностей и тремя стандартами клиентоцентричности (для граждан, для бизнеса и для чиновников). Сформированы 24 клиентских профиля в привязке к жизненным ситуациям, а также список из более чем 200 жизненных ситуаций. Открыты две федеральные и две региональные лаборатории пользовательского тестирования (в Нижнем Новгороде и Липецке). Ещё одна лаборатория будет открыта до конца года в Туле.

Подводя итог, отметим, что большинство преобразований лишь планируется. Начало отложено на год. Особых изменений в работе платформы Госуслуги, как центральной, так и её региональных версий, не произошло. Пока невозможно сказать, сможет ли МЭР организовать мониторинг изменений, хотя сам факт того, что мероприятия курса входят в контролируемые проекты, предопределяет интенцию к их исполнению как гарантию продления финансирования.

Список литературы

В правительстве заявили, что проект «Государство для людей» сопряжён с нацпроектами // ТАСС : [сайт]. 28 июля 2022. URL: https://tass.ru/ekonomika/15330723?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com (дата обращения: 03.10.2022).

Беликова С. С. Цифровизация государственных и муниципальных услуг на примере реализации проекта федеральной государственной информационной системы «Единый регистр населения» / С. С. Беликова, А. В. Беликов // Вестник университета. 2021. № 10. С. 46–54. DOI 10.26425/1816-4277-2021-10-46-54.

Богатырева Т. Г. Внедрение ценностей клиентоцентричности в деятельность органов власти: концептуальные подходы и инструменты / Т. Г. Богатырева, С. Э. Мартынова // Среднерусский Вестник общественных наук. 2022. Т. 17, № 3. С. 42–70.

Воронов А. М. Клиентоцентричность в публичном управлении / А. М. Воронов // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: экономика и право. 2022. № 3. С. 117–123.

Дмитриева Н. Е. Государственные цифровые платформы: формирование и развитие // Н. Е. Дмитриева, Е. М. Стырин. ИГМУ НИУ ВШЭ, 2021, 192 с.

Емелин И. А. Государственная служба: риски и вызовы / И. А. Емелин // Государственная служба. 2022. Т. 24, № 1 (135). С. 6–13.

Инициативы Правительства по развитию России (часть 2) // Общественный центр информации : [сайт]. 29 июля 2021 / URL: <https://dzen.ru/media/id/5e274bc843863f00acd7ed97/iniciativy-pravitelstva-po-razvitiuu-rossii-chast-2-61018022334e19200095bee7> (дата обращения: 03.10.2022).

Клиентоцентричный подход в государственном управлении. Навигатор Центра подготовки руководителей цифровой трансформации ВШГУ РАНХиГС. М., 2020. 180 с.

План Министерства финансов Российской Федерации по реализации Концепции открытости федеральных органов исполнительной власти на 2022 год // minfin : [сайт]. URL:

https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2021/12/main/Plan_Minfina_Rossii_po_realizatsii_Kontseptsii_otkrytosti_na_2022_god.pdf (дата обращения: 03.10.2022).

Электронные формы анонимных опросов в отношении услуг участников эксперимента по апробации инструментов, обеспечивающих внедрение принципов клиентоцентричности в государственном управлении, проводимого в соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации от 27 декабря 2021 г. № 3878-р. URL: <https://digital.gov.ru/uploaded/files/d154252746.pdf> (дата обращения: 03.10.2022).



Таланов Сергей Львович

Ярославский государственный педагогический университет
Ярославль, Россия.

talanov_sergei@mail.ru

Кушнарев Филипп Юрьевич

Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова,
Ярославль, Россия.

kushnarevcustoms@mail.ru

КИБЕРБУЛЛИНГ В ШКОЛЬНОЙ И СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ: МАСШТАБЫ, РАЗНОВИДНОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОТИВОСТОЯНИЯ

Аннотация. В статье анализируются масштабы и разновидности кибербуллинга в школьной и студенческой среде. В рамках социологического исследования выявлено, что девушки чаще, чем юноши, подвергались кибербуллингу. При этом установлено, девушки из семей, которые относятся к средне – и слаборесурсным группам, чаще подвергались кибербуллингу, чем девушки из семей, которые относятся к высокоресурсным группам. Кроме того, установлено, что девушки намного чаще выступают в роли подстрекателя и агрессора, чем юноши. Девушки чаще, чем юноши, сталкиваются с кибербуллингом в виде взлома страниц и аккаунтов в социальных сетях, рассылкой от их имени непристойных сообщений, в сознательном распространении слухов и ложной информации. При этом, как правило, агрессором чаще всего выступают юноши. Также юноши чаще, чем девушки, оказываются в ситуации, когда по отношению к ним агрессоры угрожают причинением вреда или убийством. По результатам исследования предлагаются мероприятия, направленные на повышение эффективности противостояния данному негативному явлению.

Ключевые слова: кибербуллин, флейминг, хейтинг, киберсталкинг, диссинг, фрейпинг, кетфишинг, аутинг, профилактика кибербуллинга

Talanov Sergey L.

Yaroslavl State Pedagogical University,
Yaroslavl, Russia.

talanov_sergei@mail.ru

Kushnarev Philip Yu.

Yaroslavl State University P. G. Demidov,
Yaroslavl, Russia.

kushnarevcustoms@mail.ru

CYBERBULLYING IN THE SCHOOL AND STUDENT ENVIRONMENT: SCALES, VARIETIES, PROSPECTS OF CONFRONTATION

Abstract. The article analyzes the scale and types of cyberbullying in the school and student environment. As part of a sociological study, it was revealed that girls more often than boys were subjected to cyberbullying. At the same time, it was found that girls from families that belong to medium- and low-resource groups were more often subjected to cyberbullying than girls from families that belong to high-resource groups. In addition, it was found that girls are much more likely to act as an instigator and aggressor than boys. Girls are more likely than boys to face cyberbullying in the form of hacking pages and accounts in social networks, sending obscene messages on their behalf, deliberately spreading rumors and false information. In this case, as a rule, the aggressor is most often young men. Also, boys are more likely than girls to find themselves in a situation where aggressors threaten them with harm or murder. Based on the results of the study, measures are proposed to increase the effectiveness of countering this negative phenomenon.

Keywords: cyberbullying, flaming, hating, cyberstalking, dissing, fraping, catfishing, outing, cyberbullying prevention

С развитием информационных технологий и широким распространением социальных сетей интересы значительной части населения переместились в виртуальное пространство, особенно востребованы среди молодёжи Интернет и социальные сети. Помимо явных плюсов: общение, знакомство, быстрое нахождение необходимой информации, музыки, фильмов, получение удаленной работы и т. д., обнаружилось сразу ряд проблем. В частности, утечка конфиденциальных данных, различные виды мошенничества, кибербуллинг, флейминг, хейтинг, киберсталкинг, диссинг, фрейпинг, кетфишинг, аутинг и др. Отмечается, что у большинства молодых людей не развиты навыки по цифровому этикету, отсутствуют навыки критического мышления и понимание, как себя защитить от кибербуллинга. По данным многочисленных социологических исследований, из-за кибербуллинга человек испытывает беспокойство, стресс, депрессии, иногда предпринимает суицидальный жест и т. д. [Таланов, 2021] Кроме того, социологами (девиантологами) установлено, что для формирования личности буллера (агрессора) имеет большое значение первичная социализация. Так, если родители в процессе воспитания используют стили воспитания, ведущие к девиантному поведению (бьют, оказывают психологическое насилие и т. д.), то высока вероятность, что и ребёнок впоследствии будет агрессором при буллинге или кибербуллинге [Брюно, 2020].

Учитывая вышеизложенное, нами было проведено исследование, направленное на изучение масштабов и разновидностей кибербуллинга в школьной и студенческой среде, а также выработаны предложения, направленные на повышение эффективности противостояния данному негативному явлению.

Эмпирическая база исследования

В 2021 году осуществлён опрос студентов ведущих вузов г. Ярославля:

– Ярославского государственного педагогического университета им. К. Д. Ушинского (ЯГПУ);

– Ярославского государственного университета имени П. Г. Демидова (ЯрГУ).

Выборка квотная. Выборочная совокупность $n=2\ 400$. Переменные квотирования: пол, возраст, вуз (школа), тип семьи (по уровню образования родителей и уровню материального благосостояния).

В рамках исследования опрашивали студентов о том, сталкивались ли они с кибербуллингом в период обучения в школе, то есть в прошлом. Это позволило получить репрезентативную информацию, так как респонденты не боялись говорить о том, что с ними происходило в прошлом. Кроме того, в ходе исследования изучали, сталкивались ли они с кибербуллингом во время обучения в вузе.

Постановка проблемы

Данная тема является очень актуальной, поэтому учёные из разных стран систематически изучают причины и способы борьбы с кибербуллингом [Позднякова, 2017; Титова, 2018].

Исследователи из США уделяют особое внимание профилактике буллинга и кибербуллинга во время обучения в школе, колледже и вузе. При этом они отмечают о высокую латентность данных явлений [Hall, 2017].

Для нашего исследования имеют значения данные о влиянии кибербуллинга на здоровье самой жертвы. А также причины данного явления и мотивы кибербуллера [Hong, Espelage, 2012].

Последствия кибербуллинга целенаправленно анализируют зарубежные исследователи. В частности, учёные выявили, что у жертвы возникают ряд психических и поведенческих проблем со здоровьем, включая низкую самооценку, беспокойство, депрессию и суицидальные мысли [Reijntjes et al., 2011].

Проведённый нами вторичный анализ позволяет констатировать, что отсутствие в РФ закона о профилактике кибербуллинга затрудняет профилактику данного явления.

Проведённое нами исследование конкретизирует широкое поле поднятых проблем, связанных с профилактикой кибербуллинга в образовательной среде, и имеет целью изучить масштабы распространения, причины и существующую систему профилактики кибербуллинга.

Основная гипотеза

Кибербуллинг в большей степени является элементом повседневного опыта школьников, а не студентов. При этом с кибербуллингом, как правило, сталкиваются девушки, а не юноши. Вероятность столкнуться с кибербуллингом выше в период обучения в школе, чем в период обучения в вузе, что напрямую связано со стилями воспитания в семье, которые ведут к делинквентному или девиантному поведению (потворствующая гиперпротекция; эмоциональное отвержение; доминирующая гиперпротекция; повышенная моральная ответственность; гипопротекция; жестокое обращение).

Рабочие гипотезы:

1. Девушки чаще, чем юноши, сталкиваются с кибербуллингом в виде взлома страниц и аккаунтов в социальных сетях, рассылкой от их имени непристойных сообщений, в сознательном распространении слухов и ложной информации;

2. Девушки чаще, чем юноши, сталкиваются с тем, что у них похищают фотографии (личного характера) из социальных сетей (взлом) и размещают о них информацию на онлайн-видеосервисах для компрометирования и шантажа;

3. Девушки чаще, чем юноши, оказываются в ситуации, когда по отношению к ним агрессоры проявляют харассмент. При этом, как правило, агрессором выступают чаще всего юноши.

4. Юноши чаще, чем девушки, оказываются в ситуации, когда по отношению к ним агрессоры угрожают причинением вреда или убийством. При этом, как правило, агрессором выступают юноши.

Результаты исследования

Сначала мы изучали, сталкивались ли наши респонденты в своей жизни с кибербуллингом в период обучения в школе? (табл. 1).

Таблица 1. Распределение ответов на вопрос: «Сталкивались ли Вы с кибербуллингом во время обучения в школе?», (в%, от числа ответивших)

Ответы респондентов	Студенты, n=2400					
	Из семей, которые относятся к высокоресурсным группам		Из семей, которые относятся к средне ресурсным группам		Из семей, которые относятся к слабо ресурсным группам	
	Юноши n=280	Девушки n=520	Юноши n=336	Девушки n=464	Юноши n=320	Девушки n=480
Да, был в роли жертвы	11	33	15	34	19	40
Да, был в роли свидетеля	66	15	59	8	49	9
Да, был в роли агрессора	10	30	11	28	10	17
Да, был в роли подстрекателя	13	22	15	30	22	34
Нет	-	-	-	-	-	-

Выявлено, что девушки чаще, чем юноши, подвергались кибербуллингу. При этом установлено, что девушки из семей, которые относятся к средне- и слаборесурсным группам, чаще подвергались кибербуллингу, чем девушки из семей, которые относятся к высокоресурсным группам. Кроме того, установлено, что девушки намного чаще выступают в роли подстрекателя и агрессора, чем юноши.

Далее мы изучали, сталкивались ли наши респонденты с социальным кибербуллингом во время обучения в вузе (табл. 2).

Таблица 2. Распределение ответов на вопрос: «Сталкивались ли Вы с кибербуллингом во время обучения в вузе?», (в%, от числа ответивших)

Ответы респондентов	Студенты, n=2400					
	Из семей, которые относятся к высокоресурсным группам		Из семей, которые относятся к средне ресурсным группам		Из семей, которые относятся к слабо ресурсным группам	
	Юноши n=280	Девушки n=520	Юноши n=336	Девушки n=464	Юноши n=320	Девушки n=480
Да, был в роли жертвы	-	19	6	22	9	19
Да, был в роли свидетеля	76	55	79	60	67	69
Да, был в роли агрессора	-	-	-	5	8	6
Да, был в роли подстрекателя	5	5	7	5	11	6
Нет	19	21	8	8	5	-

Как видно из ответов опрошенных, в период обучения в вузе респонденты становились жертвой при кибербуллинге существенно реже, чем в школе (табл. 1–2). Кроме того, мы видим, что во время обучения в школе респонденты в большей степени, чем во время обучения в вузе, имели опыт в качестве агрессора (буллера). Что говорит о том, что с возрастом люди становятся более воспитанными и осваивают навыки цифрового этикета. В основном сталкиваются с травлей в Интернете во время обучения в вузе девушки, или респонденты из семей, которые относятся к средне и слаборесурсным группам.

Далее мы изучали, с каким типом кибербуллинга сталкивались наши респонденты. Выборка иная, так как в таблице представлены ответы тех, кто указал, что сталкивался с кибербуллингом (табл. 3).

Таблица 3. Распределение ответов на вопрос: «Если Вы сталкивались с кибербуллингом, то в чём проявлялся кибербуллинг по отношению к Вам? «* (в%, от числа ответивших).

Ответы респондентов	Студенты, n=2158					
	Из семей, которые относятся к высокоресурсным группам		Из семей, которые относятся к средним ресурсным группам		Из семей, которые относятся к слабо ресурсным группам	
	Юноши n=227	Девушки n=411	Юноши n=309	Девушки n=427	Юноши n=304	Девушки n=480
В сети открыто или завуалировано угрожали вам причинением вреда или убийством (угроза убийства)	89	34	93	44	100	51
Игнорировали и удаляли вас из всех общих переписок и бесед, как деловых, так и неформальных (бойкот)	34	56	44	68	52	77
Разглашали ваши персональные данные. (Аутинг)	27	67	37	72	43	77
Вульгарные сообщения, унижительные комментарии, оскорбления (Флейминг)	24	45	27	51	38	68
Агрессор генерировал любую информацию, которая выставила вас плохим (плохой). Часто информацию преувеличивал делал «фотожабы» (Диссинг)	18	90	23	93	41	91
Взламывали ваш личный аккаунт (фрейпинг) и делали публикации от вашего имени (негативные). (Фрейпинг и кетфишинг)	14	88	23	89	31	100
Массовые негативные комментарии в ваш адрес от группы людей, которые открыто, выражали к вам негатив и оскорбляли (Хейтинг)	12	23	16	25	19	26
Домогательства с сексуальным подтекстом или целенаправленные кибератаки. Прислали одну непристойную фотографию (Харассмент)	-	88	-	89	-	90
Долгое домогательство, в том числе и с преследованием. Человек отметился на всех ваших публичных профилях, появляется вслед за вами в пабликах, постоянно оставляет негативные комментарии (Киберсталкинг)	6	67	11	73	12	84
Другое	5	5	5	5	5	6

*Количество процентов по вертикали больше 100%, так как респонденты могли дать несколько вариантов ответов.

Девушки чаще, чем юноши, сталкиваются с кибербуллингом в виде взлома страниц и аккаунтов в социальных сетях, рассылкой от их имени непристойных сообщений, в сознательном распространении слухов и ложной информации. Также девушки чаще, чем юноши, сталкиваются с тем, что у них похищают фотографии (личного характера) из социальных сетей (взлом) и размещают их на онлайн-видеосервисах для компрометирования и шантажа. Кроме того, мы видим, что девушки чаще, чем юноши, оказываются в ситуации, когда по отношению к ним агрессоры проявляют харассмент. При этом, как правило, агрессором выступают чаще всего юноши. Юноши чаще, чем девушки, оказываются в ситуации, когда по отношению к ним агрессоры угрожают причинением вреда или убийством. При этом, как правило, агрессором выступают юноши.

Далее мы изучали, кто, по мнению респондентов, чаще всего выступает буллером (агрессором) при вербальном буллинге (табл. 4).

Таблица 4. Распределение ответов на вопрос: «Кто чаще всего выступает буллером (агрессором) при кибербуллинге?» * (в%, от числа ответивших)

Ответы респондентов	Студенты, n=2400					
	Из семей, которые относятся к высокоресурсным группам		Из семей, которые относятся к средне ресурсным группам		Из семей, которые относятся к слабо ресурсным группам	
	Юноши n=280	Девушки n=520	Юноши n=336	Девушки n=464	Юноши n=320	Девушки n=480
Те, кто оскорблён, кого часто унижали, социальный неудачник, маргинал	67	89	80	95	90	100
Те, кто пытается скрыть свои комплексы	66	84	72	81	79	87
Те, кто пытается самоутвердиться за счёт других	59	56	75	64	81	72
Человек с низкой самооценкой	56	55	74	63	81	69
Девушки	55	48	67	60	72	70
Ведущие аморальный образ жизни	54	49	67	52	72	58
Судимые	53	48	66	52	79	64
Агрессором может стать кто угодно, всё зависит от сложившейся ситуации	16	32	18	20	10	18
Юноши	15	80	10	100	6	100
Кто сам подвергался травле	14	10	9	7	6	5
Тот, кто боится, что станет жертвой	8	8	10	9	10	10
Другое	5	5	5	6	5	5

*Количество процентов по вертикали больше 100%, так как респонденты могли дать несколько вариантов ответов.

Большинство опрошенных считают, что чаще всего выступает буллером (агрессором) при кибербуллинге тот, кто оскорблён, кого часто унижали, кто завидует, социальный неудачник, маргинал, а также те, кто пытается скрыть свои комплексы.

Далее мы изучали причины кибербуллинга (табл. 5).

Таблица 5. Распределение ответов на вопрос: «Причины кибербуллинга?» * (в%, от числа ответивших)

Ответы респондентов	Студенты, n=2400					
	Из семей, которые относятся к высокоресурсным группам		Из семей, которые относятся к средне ресурсным группам		Из семей, которые относятся к слабо ресурсным группам	
	Юноши n=280	Девушки n=520	Юноши n=336	Девушки n=464	Юноши n=320	Девушки n=480
Безнаказанность	90	78	100	80	90	85
Желание завоевать признание в виртуальном сообществе, показать власть и силу, потому что не может показать её в реальной жизни	87	100	90	100	95	100
Плохое воспитание, родители били, неблагополучная семья	86	72	44	83	38	89
Анонимность нападающего	85	77	92	76	86	81
Незащищённость жертвы	84	72	88	74	81	79
При массовой травле, инстинкт толпы подсказывает примкнуть к большинству и вести себя так же, чтобы не оказаться на стороне слабого	65	33	67	38	69	42
Люди травят друг друга из мести, злобы или зависти.	56	89	60	90	68	95
Особенности поведения индивида в Сети (сам провоцирует)	46	78	56	87	59	90
Личные качества жертвы	45	65	48	72	49	82
Другое	5	6	5	5	5	6

*Количество процентов по вертикали больше 100%, так как респонденты могли дать несколько вариантов ответов.

По мнению респондентов, основными причинами кибербуллинга являются: безнаказанность, желание завоевать признание в виртуальном сообществе, показать власть и силу, потому что не могут показать её в реальной жизни, плохое семейное воспитание, родители били, неблагополучная семья.

Далее мы изучали, каким образом поступили бы наши респонденты, если бы они стали жертвой кибербуллинга? (табл. 6).

Таблица 6. Распределение ответов на вопрос: «Как бы Вы поступили, если бы стали жертвой кибербуллинга?», (в%, от числа ответивших)

Ответы респондентов	Студенты, n=2400					
	Из семей, которые относятся к высокоресурсным группам		Из семей, которые относятся к средне ресурсным группам		Из семей, которые относятся к слабо ресурсным группам	
	Юноши n=280	Девушки n=520	Юноши n=336	Девушки n=464	Юноши n=320	Девушки n=480
Не стал бы реагировать	100	100	88	90	78	91
Сократил бы возможности общения	89	90	87	86	74	87
На время ушёл бы из сети	83	93	78	88	69	80
Обратился за помощью к друзьям	80	89	87	90	91	94
Начал бы делать скриншоты	65	82	45	73	34	61
Обратился за помощью к родителям	64	77	37	45	21	23
Поговорил бы с агрессором и предложил ему перестать осуществлять травлю	62	54	67	66	73	76
Оставался бы собранным, спокойным, уверенным в себе, и не поддавался на провокации	60	56	52	40	36	28
Обратился к уполномоченному по правам человека в регионе	53	56	59	64	63	68
Пересмотрел бы своё поведение в сети	34	27	44	32	52	42
Обратился в полицию, прокуратуру и т. д.	32	37	35	38	34	39
Другое	5	5	6	5	6	5

*Количество процентов по вертикали больше 100%, так как респонденты могли дать несколько вариантов ответов.

Значительная часть респондентов указали, что если бы против них началась бы травля, то в первую очередь они бы попытались не обращать на кибербуллинг внимание, сократили возможности общения с агрессором и обратились бы за помощью к своим друзьям. Девушки, в отличие от юношей, при кибербуллинге предпочитают делать скриншоты, чтобы иметь на всякий случай доказательства агрессии.

Опрошенные имели возможность пояснить свои ответы. Для этого в анкете были предусмотрены открытые вопросы. Так, значительная часть респондентов независимо от гендерных особенностей отметили, что в случае травли необходимо заручиться

поддержкой друзей или большей части одноклассников (одногоруппников), главное не позволить себя изолировать.

Таблица 7. Распределение ответов на вопрос: «Что необходимо сделать, чтобы сократить или устранить кибербуллинг?» *, (в%, от числа ответивших)

Ответы респондентов	Студенты, n=2400					
	Из семей, которые относятся к высокоресурсным группам		Из семей, которые относятся к средне ресурсным группам		Из семей, которые относятся к слабо ресурсным группам	
	Юноши n=280	Девушки n=520	Юноши n=336	Девушки n=464	Юноши n=320	Девушки n=480
Ужесточить гражданско-правовая (материальная) ответственность (ст. 150–152 Гражданского кодекса РФ возмещения причинённого оскорблением вреда). Увеличить существенно суммы полагающиеся потерпевшему	70	100	45	78	40	89
Ужесточить уголовную ответственность (ст. 129, 137, 119, 110, 138, 282 УК РФ)	67	80	44	90	32	92
Вести в российском законе правовое понятие кибербуллинга, и предусмотреть ответственность за данное преступление	64	77	42	79	34	80
Повысить эффективность работы Роскомнадзора, чтобы вовремя удаляли негативную информацию	60	76	41	67	37	59
В школах и вузах усилить воспитательную работу	53	90	44	85	38	76
Ужесточить административную ответственность Оскорбление (ст. 5.61 КоАП РФ)	45	78	40	87	36	90
Рекомендовать СМИ демонстрировать больше позитивной информации, чтобы уменьшить уровень агрессии в обществе	34	82	28	74	16	68
Другое	5	5	5	5	5	6

*Количество процентов по вертикали больше 100%, так как респонденты могли дать несколько вариантов ответов.

Как видно из ответов респондентов, девушки в большей степени, чем юноши, считают, что сократить распространённость кибербуллинга способно ужесточение юридической ответственности (материальной, административной, уголовной).

Выводы и рекомендации

В ходе исследования нашли подтверждение все гипотезы.

Для сокращения распространённости кибербуллинга необходимо:

- разработать курс для студентов, в рамках которого обучать необходимым навыкам и умениям поиска информации в Интернете, развивать навыки критического мышления;
- ужесточить административную ответственность по ст. 5.61 КоАП РФ – Оскорбление;
- ужесточить уголовную ответственность (ст. 129, 137, 119, 110, УК РФ);
- повысить эффективность работы Роскомнадзора, чтобы вовремя удаляли негативную информацию;
- ужесточить гражданско-правовую (материальную) ответственность (ст. 150–152 Гражданского кодекса РФ – возмещения причинённого оскорблением вреда). Увеличить существенно суммы, полагающиеся потерпевшему;
- рекомендовать СМИ демонстрировать больше позитивной информации, чтобы уменьшить уровень агрессии в обществе;
- в школах и вузах усилить воспитательную работу;
- разработать общешкольную и общеузовскую программу, в рамках которой дать знания, навыки и умения по противостоянию агрессору (буллеру);
- постоянно проводить социологические исследования, в рамках которых анализировать уровень распространённости кибербуллинга;
- разработать и принять федеральный закон «О противодействии кибербуллингу». Вести в российском законе правовое понятие кибербуллинга и предусмотреть ответственность за данное преступление.

Список литературы

Брюно В. В. Современная семья как фактор вовлечённости подростков в различные формы девиантной активности / В. В. Брюно // Социология и общество: традиции и инновации в социальном развитии регионов : Сборник докладов VI Всероссийского социологического конгресса (Тюмень, 14–16 октября 2020 г.) / Отв. ред. В. А. Мансуров ; ред. Е. Ю. Иванова. Москва : РОС ; ФНИСЦ РАН, 2020. С. 1905–1920. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). DOI 10.19181/kongress.2020.228.

Позднякова М. Е. Особенности девиантного поведения современной российской молодёжи: на пути криминализации десоциализации / М. Е. Позднякова // Россия реформирующаяся. 2017. № 15. С. 516–548.

Таланов С. Л. Буллинг в образовательной среде: причины, формы, профилактика / С. Л. Таланов // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2021. № 6. С. 30–42.

Титова М. П. Буллинг как реальная действительность в подростковой среде в России / М. П. Титова // Феноменология и профилактика девиантного поведения: материалы XII Всерос. науч.-практ. конф., 20 дек. 2018 г. / Редкол.: А. А. Таганова, С. А. Павлова [и др.]. Краснодар : Краснодарский университет МВД России, 2019. С. 177–182. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Hall W. The Effectiveness of Policy Interventions for School Bullying: A Systematic Review // J. Soc Social Work Res. 2017. Spring. 8. P. 45–69. DOI 10.1086/690565.

Hong J. S. A review of research on bullying and peer victimization in school: An ecological system analysis / J. S. Hong, D. L. Espelage // Aggression and Violent Behavior. 2012. Vol. 17. Pp. 311–322. DOI 10.1016/J.AVB.2012.03.003.

Prospective linkages between peer victimization and externalizing problems in children: A meta-analysis / A. Reijntjes, J. H. Kamphuis, P. Prinzie // Aggressive Behavior. 2011. Pp. 215–222.

The background of the page features a collection of stylized, blue-outlined silhouettes of people in various poses, suggesting a crowd or a group of individuals. The silhouettes are rendered in a light blue color with a slightly textured, stippled appearance. They are scattered across the page, with some appearing more prominent than others. The overall effect is that of a busy, populated space.

Глава 3

МЕДИАПРОСТРАНСТВО И МЕДИАКОММУНИКАЦИИ: ХАРАКТЕРИСТИКИ, ПРОБЛЕМЫ, РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ



Арутюнян Армен Сергеевич
Финансовый университет при Правительстве РФ
Москва, Россия.
armenaru@gmail.com

ПОТЕНЦИАЛ ЦИФРОВЫХ СЕРВИСОВ КАК ПРОСТРАНСТВА ЛОББИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ

Аннотация. В статье анализируется возможность использования цифровых сервисов в качестве метода лоббирования интересов. Проблема рассматривается с позиций анализа потенциала явных и латентных технологических функций, заложенных особенностями цифровых сервисов. Их широкое применение в условиях глобализированных рынков позволило стать инструментом формирования как позитивного, так и негативного информационного пространства, которое поддается регуляции в зависимости от целей и задач заказчиков, инвесторов и политических (зачастую лоббистских) групп. Автор, используя метод анализа вторичных данных, предпринял попытку концептуального объяснения использования различных цифровых сервисов для продвижения лоббистских интересов.

Ключевые слова: лоббизм, группы интересов, не прямые методы лоббирования, цифровые сервисы, социальные сети

Arutyunyan Armen S.
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia.
armenaru@gmail.com

THE POTENTIAL OF DIGITAL SERVICES AS A METHOD INTEREST LOBBYING: A COMPARATIVE ANALYSIS

Abstract. The article analyzes the possibility of using digital services as a method of lobbying interests. The problem is considered from the standpoint of analyzing the potential of technological functions – explicit and latent – embedded in the functional features of digital services. Their widespread use in the conditions of globalized markets has allowed them to become a tool for the formation of both positive and negative information space, which can be regulated depending on the goals and objectives of customers, investors and political (often lobbyist) groups. The author, using the method of secondary data analysis, attempted to conceptually explain the use of various digital services to promote lobbying interests.

Keywords: lobbying, interest groups, indirect methods of lobbying, digital services, social networks

«Лоббирование»: истоки и эволюция. В современной научной литературе существует много определений категории лоббирования. Первоначально термин «лобби» «пришёл в английский язык» из средневековой латыни и обозначал крытую площадку для прогулок, коридор. «С 1553 года так стала называться прогулочная площадка в монастыре, столетие спустя – помещение для прогулок в палате общин Англии» [Любимов, 2005:11].

В современной интерпретации «...лоббирование – это действия государственных органов, законодательных, исполнительных, судебных властей, направленных на поддержку отдельных отраслей и сфер регионов, предприятий, социальных групп, продиктованные не объективной необходимостью, а

заинтересованностью, иногда – подкупом должностных лиц. Лоббисты в лице представителей власти способствуют своим подопечным в получении выгодных государственных заказов, кредитов, помощи, льгот, лицензий, благоприятных условий экономической, коммерческой деятельности, в создании и регистрации новых организаций, в подавлении конкурентов» [Райзберг, 2006].

Вне зависимости от специфики политического и экономического устройства, практики продвижения социальных интересов в условиях глобализации носят примерно одинаковый характер. Оставим за кадром процесс принятия и инициирования решений со стороны лиц, принимающих решения, этот аспект лоббистской деятельности хорошо изучен и широко представлен в научных трудах как отечественных, так и зарубежных учёных.

В нашем случае наибольший интерес представляет создание информационного бэкграунда, который в настоящее время могут представлять цифровые сервисы. Причём этот потенциал во многом связывается как с рыночными факторами, так и с персональной мотивацией потребителей, создателями контента, провайдеров сервисов.

Исследовательские подходы к проблеме лоббизма. Подходя к проблеме лоббизма, следует отметить, что сам процесс инициации и продвижения социальных интересов деятельностью лиц направлен на формирование нормативно-правового регулирования различных сфер деятельности и общественной жизни. И здесь сделать акцент на том, лоббизм, это – достаточно консервативное социальное явление, скрытое от внимания широких общественных масс. Кроме того, его регистрация осложняется рядом объективных факторов: экономических, политических, социально-демографических. Соответственно, чем более развита, созданная ими «надстройка» в обществе, тем филиграннее в нём механизмы согласования интересов. Закономерным результатом слаженной деятельности участников-акторов согласования интересов является снижение порога конфликтности интересов социальных групп. Многоступенчатые процедуры согласования социальных интересов способствуют тому, что деятельность органов государственного управления больше концентрируется на решении задач не ситуативного, а стратегического характера.

Всё это способствует развитию таких социальных механизмов, при которых любая инициатива приобретает своего рода визуальную «обёртку». Это необходимо для привлечения внимания к инициативе со стороны её сторонников. Формируется своеобразный «политический дизайн», способствующий упрощению продвижения социальных интересов и позволяющий преодолеть, обойти инертно настроенные социальные группы. Интенсивность продвижения социальных интересов зависит от социального, этнического, культурного «ландшафта» государства, особенностей его региональной структуры.

Роль этой своего рода «визуальной обёртки», помимо её изначальных маркетинговых функций (в основе которых – постоянное совершенствование моделей потребления), заключается в её способности формировать конкретные смысловые сентенции, маркировать идейную направленность той или инициативы. Это существенно упрощает продвижение «политической» идеи, рассеивая её среди

отдельных групп или ярких индивидуальностей. Такой эффект достигается использованием различных цифровых сервисов. У них есть своя особенность. Она заключается в возрастающем усложнении информационной среды и технологий, призванных обеспечивать её функционирование.

Развитость рыночной инфраструктуры является своеобразным триггером для развития и проникновения цифровых сервисов в широкие общественные пространства. Последние могут выступать как в качестве связующего звена между государством и гражданином, так и в качестве элемента рыночной инфраструктуры B2C³⁰-сегмента. Бенефициаром решений, как правило, являются различные финансово-промышленные группы, конгломераты групп интересов и др.

Как в развитых, так и в развивающихся странах основными действующими акторами продвижения социальных интересов являются группы интересов или группы давления. Во всех случаях эти группы обладают существенным потенциалом трансформации социальной действительности. За рубежом в отношении подобных групп действуют законодательные нормы и правила регулирования, значительная часть которых имеет конкретно специфические функции, а именно достаточно эффективную функцию реализации стратегических интересов собственников (инвесторов) посредством лоббирования.

Проблемная ситуация заключается в социальном противоречии, которое сложилось между тем, что в условиях глобализированных рынков цифровые сервисы могут выступать в качестве инструментов формирования как позитивной, так и негативной информационной повестки, направление которой может регулироваться в зависимости от целей и задач заказчиков, инвесторов, политических групп. С другой стороны, в процессе формирования информационной повестки посредством цифровых сервисов наибольший интерес представляют не прямые методы лоббирования. Анализ этого феномена может всецело происходить в рамках теории сетевого общества М. Кастельса.

Ключевыми доминантами современного коммуникационного пространства, по Кастельсу, является глобальная финансовая инфраструктура, власть, информационные и медийные ресурсы [Кастельс, 2016]. Таким образом, цифровые сервисы в современном обществе являются составными элементами механизма регулирования глобальной информационной экономики, активное развитие которой мы наблюдаем в настоящее время.

Интерес вызывает использование такого непрямого метода лоббирования, как новейшие электронные средства коммуникаций – компьютерные сети, Интернет (см. таб. 1).

³⁰ B2C (business-to-consumer, «бизнес для потребителя») – это коммерческое взаимодействие бизнеса и частных лиц. Отличие B2C-рынка от B2B-рынка заключается в продаже товаров и услуги напрямую конечному потребителю.

Таблица 1. Методы и технологии лоббирования

Методы	Технологии
Прямые <ul style="list-style-type: none"> • персональный визит • персональное письмо, телефонный звонок • неформальные контакты • открытые слушания в представительных органах • покровительство 	<ul style="list-style-type: none"> • создание коалиций • выработка повестки дня • процедурные действия
Непрямые <ul style="list-style-type: none"> • через друзей внутри системы • через помощников тех, кто принимает решения • через чиновников среднего уровня • через научные публикации и привлечение учёных • через институты социализации • (учебные заведения, благотворительные фонды и т. д.) • через брокеров и консультантов • через «своих людей» в политических партиях • через кампании массового протеста • через избирательные кампании • через СМИ, рекламу, новейшие электронные средства коммуникации (компьютерные сети, Интернет) • через использование судебных процедур 	<ul style="list-style-type: none"> • развёрнутая аргументация • вознаграждение, похвала • принуждение и наказание • массовая мобилизация • проведение кампаний по развитию общественных связей (public relations), в том числе, через специально созданные корпоративные структуры по поддержке таких связей

Источник: [Павроз, 2006:104]

Непрямые методы лоббирования могут использоваться не только по отдельности, но и в совокупности. Именно благодаря эшелонированному использованию различных непрямых методов: манипуляция информацией, неформальные контакты с актoрами различной статусной принадлежности, будирование инфоповодов в точках притяжения, активное использование геоаналитических сервисов, – всё это создаёт условия для возникновения турбулентного эффекта, который сродни цитокиновому шторму для человеческого организма может «обрушиться» на неподготовленные умы отдельных социальных групп.

Однако влияние непрямими методами при помощи властных каналов крайне ограничено. Во-первых, властный канал довольно ограничен и подвержен как внутреннему, так и внешнему контролю. Во-вторых, внутренняя конкуренция между группами интересов нередко осложняет согласованность их действий, пересмотр тактических и стратегических приёмов лоббирования интересов. Наконец, в-третьих, у властных каналов есть своя специфика. Она заключается в том, что её фокус направлен исключительно на властные и окол властные группы. Здесь надо отметить, что их коммуникация в общественном пространстве с широкими группами населения ограничена рядом объективных факторов.

Развитие же цифровых сервисов снимает ряд ограничений. Этого удаётся достичь путём внедрения инструментов аналитики, качественной визуализации идей (политических замыслов) с упором на отдельные целевые группы, а использование социальных сетей решает процесс рекрутирования носителей информации. Основа процесса рекрутинга – личная заинтересованность распространителей контента,

имеющая прямую привязку к их доходу посредством монетизации каналов ретрансляции информации, а также баннерной рекламы, приносящей доход собственникам медиа-платформ (в т. ч. краудфандинговых), социальных сетей.

Обращаясь к практическому использованию метода новейших средств электронной коммуникации, следует выделить, что достижение результатов гарантируется как при формальном, так и неформальном лоббизме. Особенность же «...неформального лоббизма (внеинституционального) лоббизма заключается в том, что обладает значительным «энергетическим» и продуктивным потенциалом, позволяющим отдельным сообществам, корпорациям и организациям продвигать (продавливать) свои интересы быстрее и с бóльшим результатом, чем это допускают институты» [Левичева, 2021:54].

В условиях глобальной цифровизации особую роль играют нетрадиционные формы ретрансляции информации. Обращаясь к потенциалу цифровых сервисов как метода лоббирования интересов, надо выделить некоторые общие тенденции, которые прослеживаются на глобальном рынке цифровой трансформации.

Показатели технологического сектора. Очевидно, что нарастающая цифровизация обязательно влияет и будет наращивать своё влияние на практики продвижения социальных интересов. В особенности это касается использования социальных сетей, медиа-платформ (краудфандинговых), аналитических сервисов. Последние выступают в виде аналитической базы при проведении маркетинговых исследований.

В современных условиях использование маркетинговых технологий, с учётом масштабов медийного пространства, «...в условиях глобализации и цифровизации приобретает как конструктивное, так и деструктивное воздействие, способное сказываться на состоянии практически всех рынков, обеспечивающих жизнеспособность всех стран, регионов» [Силласте, Арутюнян, 2022:46].

Таким образом, эффективное лоббирование интересов в современном обществе – это кропотливый и достаточно высокотехнологичный процесс, успешность которого всецело зависит от слаженного использования политического ресурса, аналитического сопровождения, а также формирования и ретрансляции визуального (ассоциативного) контента.

Показатели технологического сектора. К 2030 году, согласно экспертным оценкам, рынок цифровой трансформации достигнет 2 535,5 млрд долл. США. К этому времени объём рынка социальных сетей достигнет 418,5 млрд долл. США. В 2021 году глобальный рынок цифровой трансформации составлял 560,4 млрд долл. США. Структура рынка в 2021 году имеет следующий вид: «аналитика» – 30%, «облачные

технологии» – 23%, «мобильные технологии» – 21%, «социальные сети» – 19%, а также «другое» – 7%. – см. Рис. 1.

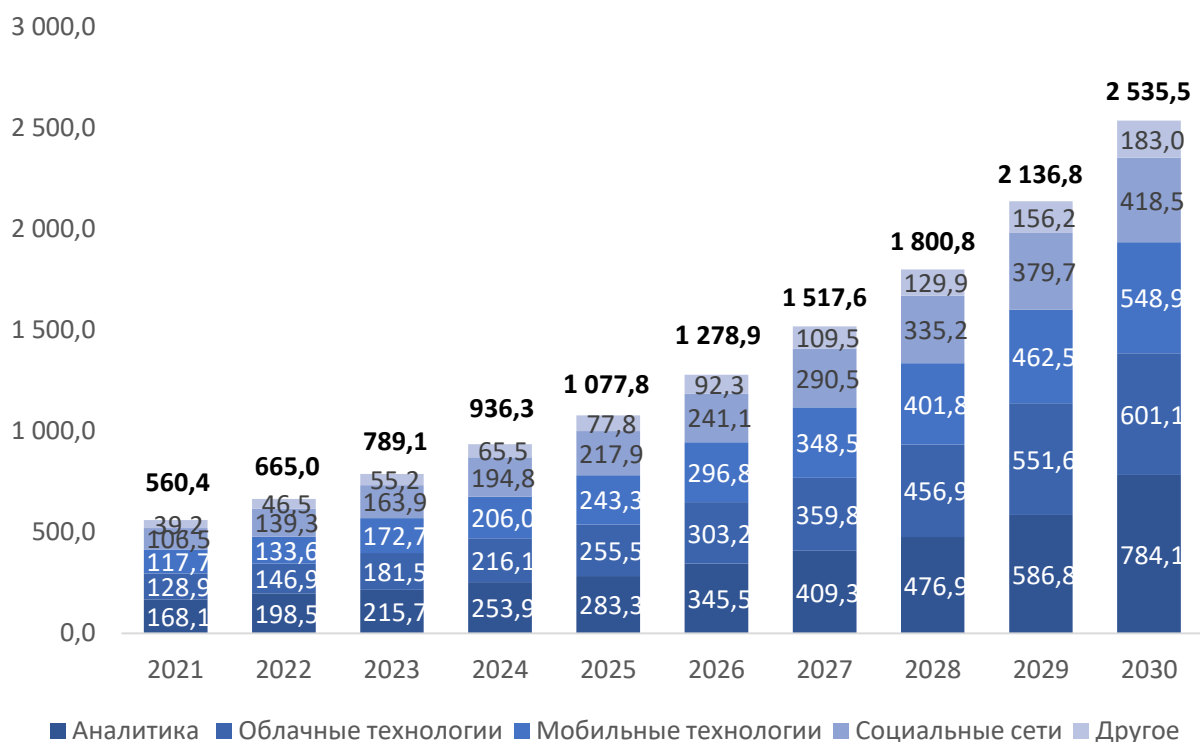


Рис. 1. Прогноз глобального рынка цифровой трансформации, 2021–2030, млрд долл. США

Источник: MarketsandMarkets, Grandview Research, Polaris Market Research, 2022

Оценка объёмов рынка произведена автором

Представленные данные демонстрируют, что лоббистский потенциал социальных сетей как одной разновидности цифровых сервисов при проведении кампаний различной направленности (социально-политических перформансов, стримов популярных персон и др.) остаётся чрезвычайно высоким. Во многом это связывается с показателями рынка рекламы, которые генерируют сами создатели контента, так и его потребители.

Согласно данным Hootsuite, в 2021 году реклама в социальных сетях принесла мировой доход в размере 153 млрд долл. США. К 2026 году ожидается, что это рынок возрастёт до 252 млрд долл. США. Аналитиками ожидается, что с 2020 по 2025 год количество пользователей в мире возрастёт с 3,6 млрд чел. до 4,4 млрд чел. [56 Important Social Media, 2022]. Фактически речь идёт чуть ли не о половине населения планеты. Очевидно, что при такой целевой аудитории цифровая сфера будет активной и агрессивней развиваться.

Для понимания значимости отдельных видов цифровых сервисов, вроде социальных сетей, необходимо обратить внимание на объёмы средств, направляемых самими компаниями на лоббирование их интересов в регулятивной сфере.

Так, например, в 2020 г. такие компании, как Amazon, Facebook, Google и четыре других ведущих технологических гиганта, потратили более 65 млн долл. США на лоббирование своих интересов в правительстве США. Компании направляли рекордные суммы с целью урегулирования претензий, связанных с антимонопольным контролем со стороны государства [Amazon, Facebook, 2021]. Очевидно, что направляемые столь внушительные суммы на лоббирование отраслевых интересов, говорят не только о финансовой мощи мировых технологических компаний, но и об их претензиях на формирование новой социальной реальности, с которой в той или иной степени каждому придется либо уже пришлось столкнуться.

Цифровые сервисы являются необходимым атрибутом повседневного коммуницирования, речь идёт как о рутинных формах социального взаимодействия (мессенджеры), так и о различных формах электронной регистрации (медицина, транспортная сфера, event-мероприятия и др.), контроля социальной сферы, обеспечения функционирования отраслей в экстремальных условиях (например, COVID–19), и многое другое.

Основное противоречие заключается в том, что рост вовлечённости пользователей цифровых сервисов пропорционален их усложнению. С одной стороны, прогресс в этой сфере существенно упрощает социальное и деловое взаимодействие, сокращает до минимума число операций (онлайн-платежи, электронная коммерция и др.), с другой, гибкость и возможности их использования крайне сильно ограничены социально-демографическими характеристиками населения. Таким образом, можно резюмировать, что наибольший интерес для продвижения социальных интересов посредством задействования цифровых сервисов являются социальные группы с развитыми пользовательскими навыками.

Механизмы и стратегии лоббирования интересов. Лоббисткий потенциал цифровых сервисов всецело основан на их явных и латентных функциях, заложенных в их функционале. Это касается практически всех цифровых сервисов, в особенности это касается сегмента аналитики, активно развивающегося в различных отраслевых направлениях. Он имеет две функции.

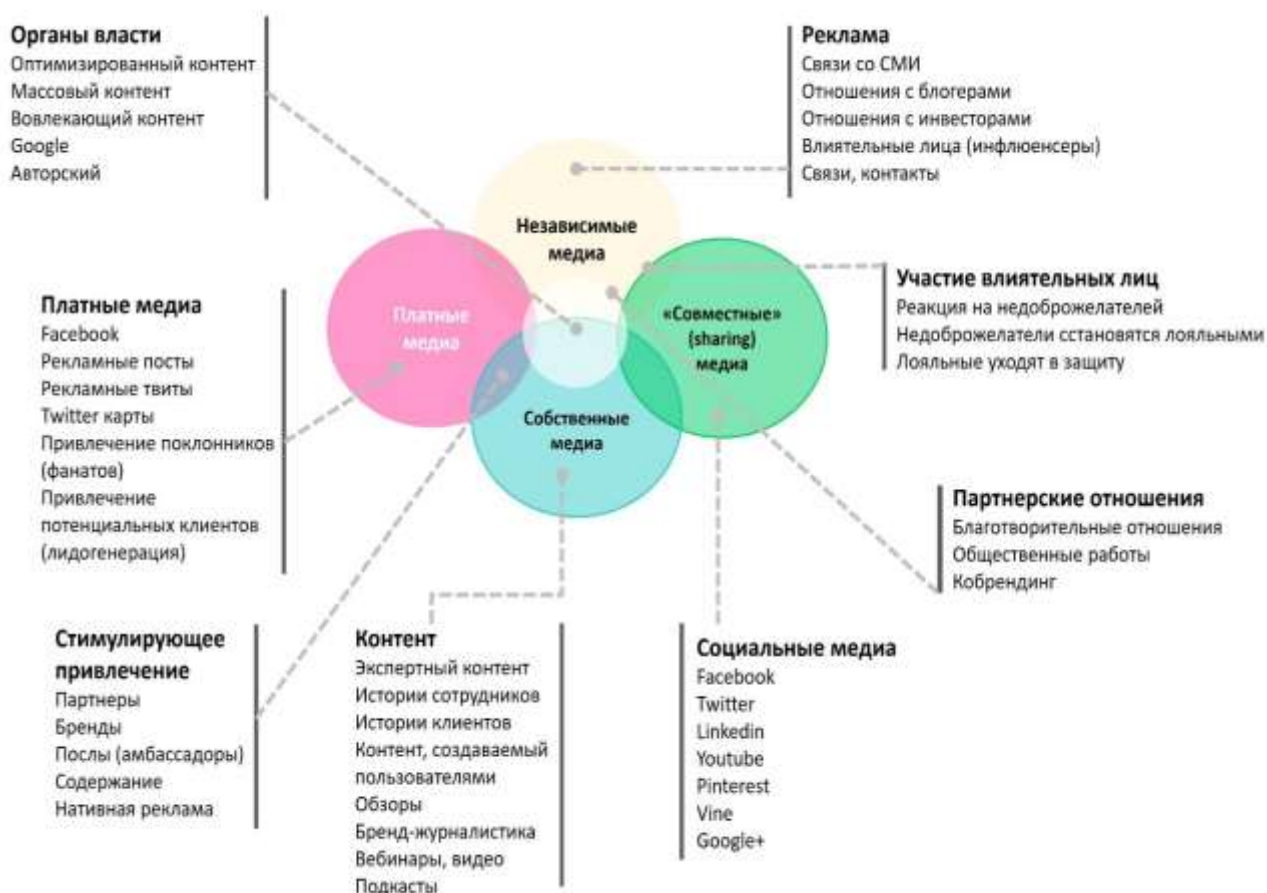
Первая функция – непрерывное обеспечение работы бизнеса, создание предиктивных моделей в бизнес-сегментах; вторая – использование информации с целью управления, а в отдельных случаях (с целью манипулирования) целыми секторами экономики. Так, например, намеренная/случайная утечка информации на одной из аналитических платформ или облачном сервисе может вызывать панику среди пользователей (инвесторов, клиентов и др.). Последствия таких событий могут быть самые разные.

Разгневанные клиенты, потерявшие приватность, инвесторы, оказавшиеся за «покровом» конфиденциальности, могут непреднамеренно создать комфортные условия для ликвидации конкурирующих компаний; ужесточение регулирования может принести привилегированные условия отдельным бизнес-сегментам, компаниям. Показательным примером в политической явилось скандальное дело в отношении компании Cambridge Analytic и Facebook. Первая обвинялась в том, что во время предвыборной кампании Д. Трампа использовала миллионы профилей

избирателей в Facebook [Revealed: 50 million, 2018]. Компания использовала различные алгоритмы, которые учитывали порядка 5 тыс. параметров (политические пристрастия, покупки, телевизионные пристрастия и др.). Согласно отдельным источникам, возможно, что компании удалось повлиять более чем на 200 плебисцитов в разных странах [Как Cambridge Analytica..., 2018].

Ранее уже делался акцент на том, что властная сфера лоббирования интересов достаточно ограничена в формировании визуальных, информационных смыслов в общественном пространстве. Здесь надо отметить, что наибольший потенциал, прослеживается в отношении цифровых сервисов, выполняющих привычные коммуникационные функции (рутинное общение, деловые связи и др.) – социальные медиа, с другой, они же выступают в роли генераторов историй, сюжетов и др.

На рисунке 2 концептуально переосмыслен функционал маркетинговых каналов B2C-сегмента [What are b2c, 2019]. Акцент на данной схеме делается на латентных функциях представленных цифровых сервисов. Речь идёт о том, что, гласно или негласно, осознанно или неосознанно, создатели контента, как и пользователи, в условиях довлеющей коммерческой, так и потребительской мотивации могут негласно



выполнять лоббистские функции.

Рис. 2. Типология цифровых сервисов и стратегии лоббирования интересов в B2C-сегменте

«Градус» лоббистских действий зависит от того, насколько сильным оказалось пересечение участников в ядре генерирования информационной повестки (печатный

контент, визуальный контент, социальные и политические перформансы и др.). Речь идёт об интенсивности пересечения вовлечённости функциональных элементов 4-х типов цифровых сервисов (платных медиа, независимых медиа, совместных (sharing) медиа, собственных медиа) в лоббирование социальных интересов с опорой на широкие потребительские группы.

Высокая интенсивность и слаженность их взаимодействия достигается только при координации действий со стороны органов власти. Так, например, в нужный момент они могут опубликовать ту или иную новость, обратить внимание на тот или иной визуальный ряд федеральных СМИ, властных институтов и др. Однако это происходит после этапа, когда инфоповод (новость, визуальный ряд, перформанс, флешмоб) уже прошёл апробацию в маркированных каналах ретрансляции информации. Ключевым признаком для апробирования являются различные метрики измерения цифровых ресурсов (кол-во подписчиков, кол-во просмотров, цитируемость и др.).

Так, например, использование платных медиа полностью решает вопрос мотивации распространителей контента, которые могут его ретранслировать после квалифицированной доработки создателями контента (особенно экспертного). После шлифовки тематических акцентов лоббистского замысла инфоповод запускается в общественное пространство. Это могут быть и истории клиентов, сотрудников, которые в зависимости от задач могут носить как позитивный, так и отрицательный характер.

Наиболее эффективными распространителями контента являются лица, стимулирующие привлечения, инфлюенсеры, влиятельные лица. Необходимость монетизации их каналов, потребность быть на виду толкает их на различные формы коллаборации с цифровыми сервисами. Однако их основная задача, заключается в том, чтобы распространить собственное влияние на группы поклонников, симпатизирующую аудитории, донести свои оценочные суждения, как правило, имеющие для них важную коммерческую составляющую.

Однако надо отметить, что их желание глубоко вникать в содержание того или иного контента крайне ограничено. Причина в том, что для большинства из них цифровые сервисы являются основным источником заработка. И в большинстве своём это обычный рынок, со своей конкуренцией и лидерами. Ясно, что представленная схема использования цифровых сервисов в качестве пространства лоббирования социальных интересов – это одна из множества возможных.

Подводя итоги, необходимо выделить, что пространство для лоббирования социальных интересов начинает «обрастать» всё более серьёзным арсеналом механизмов и методов формирования инфоповодов. На авансцену выходят лидеры коньюмеристских групп, мнений, способные использовать своё влияние посредством цифровых сервисов в интересах различных групп влияния.

Вместе с тем надо отметить, что изменяются «информационно-потребительские» предпочтения населения, достаточно долгий период они входили в орбиту интересов прессы, теле-радио индустрии. Очевидно, что страновая и социально-демографическая специфика влияет на палитру предпочтений. Однако,

несмотря на все различия, которые мы наблюдаем на уровне глобального социального взаимодействия, цифровые сервисы принимают на себя роль важных элементов функционирования глобальной информационной экономики. Вместе с тем усиливается их роль как проводников лоббистских инициатив различных групп интересов.

Список литературы

Любимов А. П. История лоббизма в России / А. П. Любимов. М. : Фонд «Либеральная миссия», 2005. 208 с.

Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева ; 5-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М, 2006. 495 с.

Кастельс М. Власть коммуникации / Пер. с англ. Н. М. Тылевич ; под науч. ред. А. И. Черных. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.

Павроз А. В. Группы интересов и лоббизм в политике : Учебное пособие // А. В. Павроз. СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2006. 186 с.

Левичева В. Ф. Институциональные и неформальные практики лоббизма: проблема разделения и интерпретации / В. Ф. Левичева // Социологические исследования. 2021. № 10. С. 50–60.

Силласте Г. Г. Социальные практики неформального регионального лоббизма в условиях модели «центр-периферия» / Г. Г. Силласте, А. С. Арутюнян // Гуманитарий Юга России. 2022. № 11 (2). С. 27–49.

56 Important Social Media Advertising Statistics for 2022 // Hootsuite : [сайт]. URL: [http://xn--80aa2bkafhg.xn--p1ai/21096/Rossiyskoe-inzhenernoe-predprinimatelstvo-kontsa-XIX---nachala-NNvv-\(k-istorii-problemi\)](http://xn--80aa2bkafhg.xn--p1ai/21096/Rossiyskoe-inzhenernoe-predprinimatelstvo-kontsa-XIX---nachala-NNvv-(k-istorii-problemi)) (дата обращения: 05.10.2022).

Amazon, Facebook, other tech giants spent roughly \$65 million to lobby Washington last year // The Washington Post : [сайт]. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/01/22/amazon-facebook-google-lobbying-2020/> (дата обращения: 07.10.2022).

Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach // The Guardian : [сайт]. URL: <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election> (дата обращения: 05.10.2022).

Как Cambridge Analytica «взламывала выборы» по всему миру // ТАСС : [сайт]. URL: https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/5048632?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com (дата обращения: 05.10.2022).

Digital School of Marketing? : сайт. Randburg. URL: <https://digitalschoolofmarketing.co.za/contact-us/> (дата обращения: 05.10.2022).



Белова Татьяна Павловна
Ивановский государственный университет,
Иваново, Россия.
belovatp@ivanovo.ac.ru

КИБЕРБУЛЛИНГ В КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИКАХ ПОДРОСТКОВ

Аннотация. В мае 2021 г. было проведено эмпирическое исследование методом анкетного опроса. Его объектом выступили подростки 12–17 лет, обучающиеся в разных типах средних общеобразовательных учебных заведений города Иваново. Предметом исследования являлась структура повседневных коммуникативных практик подростков и их отношение к проявлениям кибербуллинга.

Ключевые слова: Интернет как институт социализации, подростки, коммуникативные практики, кибербуллинг

Belova Tatyana P.
Ivanovo State University,
Ivanovo, Russia.
belovatp@ivanovo.ac.ru

CYBERBULLYING IN THE COMMUNICATIVE PRACTICES OF ADOLESCENTS

Abstract. In May 2021, an empirical study was conducted by a questionnaire survey. Teenagers aged 12–17 who study in different types of secondary general educational institutions in the town of Ivanovo, were the object of the survey. The subject was the study of the structure of day to day communicative practices of adolescents and their attitude to the manifestations of cyberbullying.

Keywords: the Internet as institution of socialization, teenagers/adolescents, communicative practices, cyberbullying

Сегодня стало очевидным, что Интернет следует рассматривать в качестве базового института социализации. При этом нужно учитывать, что коммуникативная среда Интернета имеет свои особенности. Интернет-коммуникации отличаются от реального взаимодействия анонимностью, опосредованностью, неконтролируемостью.

Интернет, виртуальные социальные сети наибольшее социализирующее воздействие оказывают на подростков, т. к. для них, освоивших в раннем детстве цифровые гаджеты, «технологии виртуализации общества являются привычным подручным средством» [Иванов, 2020: 51]. Кроме того, являясь активными пользователями Интернета, подростки в силу своих возрастных и психологических особенностей подвержены склонности экспериментировать в виртуальной среде с разными социальными ролями и идентичностями.

Из-за отсутствия строгого разделения между онлайн и офлайн-реальностями коммуникативные практики переходят из «обычной», «живой» реальности в виртуальную среду. Это относится как к конструктивным, так и к деструктивным, девиантным практикам.

Особое внимание следует уделять деструктивным коммуникативным практикам, т. к. именно они, а не социальные Интернет-сообщества содействуют тому,

что на второй план отодвигаются традиционные (классические) институты и агенты социализации подрастающего поколения (семья, школа, реальные друзья) [Горбачева, 2013: 18].

Одной из реальных угроз для современных подростков является кибербуллинг (травля, запугивание в Интернете). Данный термин в 1997 г. ввёл канадский педагог Бил Белси. Кибербуллинг в его трактовке означает «использование информационных и коммуникационных технологий для поддержки преднамеренного, повторяющегося и враждебного поведения отдельного лица или группы, направленного на причинение вреда другим» посредством «электронной почты, текстовых сообщений мобильного телефона (SMS) и мультимедийных сообщений (MMS), обмена мгновенными сообщениями (IM), клеветнических веб-журналов (блогов), личных веб-сайтов и сайтов для личных онлайн-опросов» [Belsey, 2019].

Для того чтобы исследовать кибербуллинг в контексте повседневных коммуникативных практик подростков, в мае 2021 г. под руководством автора статьи было проведено эмпирическое исследование в г. Иваново. Объектом исследования были подростки в возрасте 12–17 лет, обучающиеся в разных типах средних общеобразовательных учебных заведений (лицей, гимназия, обычная школа). Был использован метод анкетирования и гнездовая модель выборки. Объём выборочной совокупности составил 210 человек.

В соответствии с теориями развития личности в подростковый период Л. С. Выготского [Выготский, 1984], Д. Б. Эльконина [Эльконин, 1989], Л. И. Божович [Божович, 2001], были выделены три возрастные когорты: 1) 12–13 лет (доля в выборке 34,3%); 2) 14–15 лет (32,4%); 3) 16–17 лет (33,3%).

Доли респондентов по признакам пола и типа учебного заведения были равными.

В анкете содержался вопрос об отношении подростков к религии. Распределение позиций оказалось следующим:

православие – 73,3%;

ислам – 9,5%;

неверующие – 9,1%;

внеконфессиональные верующие («верю в Бога, но ни к какой религии себя не отношу») – 5,2%;

внеконфессиональные христиане («христианство, но ни к какой церкви себя не отношу») – 2,4%;

католицизм – 0,5%.

Доля подростков, относящих себя к православию, соответствует показателям взрослого населения г. Иваново.

Значительное большинство подростков (72,4%), независимо от мировоззренческих позиций, в свободное от учёбы время предпочитает проводить в Интернете. Это их основная досуговая практика.

Наибольшая часть респондентов (81%) ежедневно проводит в Интернете не менее 3-х–4-х часов. Почти каждый пятый подросток (22%) использует Интернет более 5 часов в день. На Интернет тратят 1–2 часа своего времени 9% подростков, а менее 1

часа – лишь 1%. Полученные данные подтверждают высокий уровень проникновения Интернета в повседневную жизнь подростков.

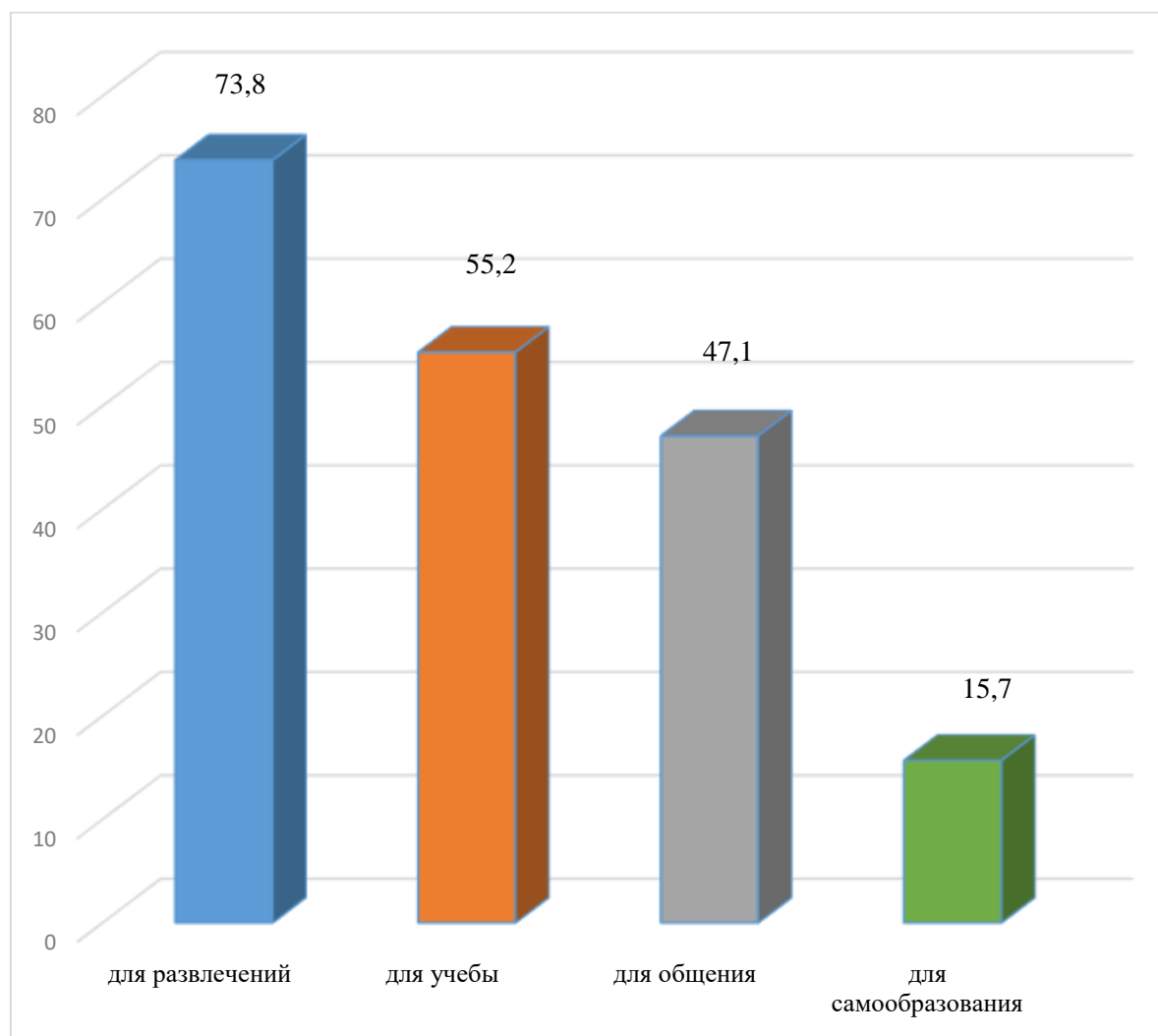


Рис. 1. Предпочитаемые цели использования Интернета подростками (n = 210)

Приоритетной целью посещения Интернета для подростков служат развлечения (см. рисунок 1).

Самым посещаемым ресурсом Интернета среди них являются социальные сети (90%). Мессенджеры указали 41,5% участников исследования, сайты знакомств 30%, электронную почту 29%.

Наиболее популярной социальной сетью у подростков г. Иваново является «ВКонтакте». Её выбрали больше половины участников исследования (63%). Далее идут Инстаграм (23%), Телеграм (8%), Тик-ток (4%) и WhatsApp (2%).

В социальные сети подростки заходят прежде всего для общения с друзьями и знакомыми (62,4%) и в развлекательных целях (57,6%). Каждый третий подросток использует социальные сети в познавательных целях (например, следит за новостями) – 35%. Реже социальные сети используются для заведения новых знакомств (16%) и в учебных целях (23%), т. к. для подготовки к учёбе подростки предпочитают социальным сетям другие интернет-ресурсы.

Угроза кибербуллинга во многом зависит от стиля ведения аккаунта в социальных сетях. Большинство подростков, участвовавших в исследовании, в ответах на соответствующий вопрос в анкете сообщили, что проявляют осторожность при его ведении. Половина из них практически не выкладывает информацию о себе (46,7%), каждый пятый тщательно подбирает контент в своём профиле (20%). Выкладывают только информацию, найденную в группах по интересам, 16,2% опрошенных подростков, 12,8% скрывают свой профиль от других пользователей. Только 4,3% подростков ответили, что открыто делятся фотографиями и информацией о себе в своём профиле.

Были выявлены различия в стиле ведения аккаунта по полу (см. таблицу 1).

Таблица 1. Стиль ведения аккаунта в социальных сетях в зависимости от пола (n =210)

Стиль ведения аккаунта в социальных сетях	Пол	
	Женский	Мужской
Практически не выкладываю информацию о себе	30,5	62,8
Тщательно подбираю контент в моем профиле, в целях безопасности	26,7	13,3
В моем профиле много информации, найденной мной в разных группах по интересам	18,1	14,3
Мой профиль скрыт от других пользователей	19	6,7
Открыто делюсь фото и информацией о себе в своём основном профиле	5,7	2,9

Полученные данные показывают, что юноши почти в два раза чаще девушек предпочитают не выкладывать информацию о себе. Девушки более тщательно подбирают контент в своём профиле и почти втрое чаще юношей скрывают свой профиль от других пользователей. Среди тех, кто открыто делится фото и информацией о себе в своём основном профиле, девушек в два раза больше, чем юношей. Это можно объяснить желанием собрать больше лайков, комментариев и т. д..

Задавался вопрос на выяснение отношения подростков к оскорблениям в социальных сетях. Большинство подростков (71%, из них 83,8% юношей и 59% девушек) выразили к ним негативное отношение. Каждый пятый подросток считает, что оскорбления в Интернете ничего не значат, и занимает по отношению к ним нейтральную позицию. Среди девушек таковых почти вдвое больше, чем среди юношей (соответственно 27,6% и 13,2%). Тех, кто никогда не сталкивался в социальных сетях с оскорблениями в отношении себя, выявлено 6,7% (исключительно девушки), а тех, кто сам оскорбляет кого-то, – 1,3% (в основном юноши).

В то же время данное исследование показало, что оскорбления и травля в Интернете имеют широкое распространение. С подобными случаями встречаются периодически 82% подростков, постоянно – 10%. Таким образом, практически все участники исследования (92%) осведомлены о фактах кибербуллинга и по меньшей мере играли роль свидетелей, пассивных наблюдателей этой деструктивной коммуникативной практики.

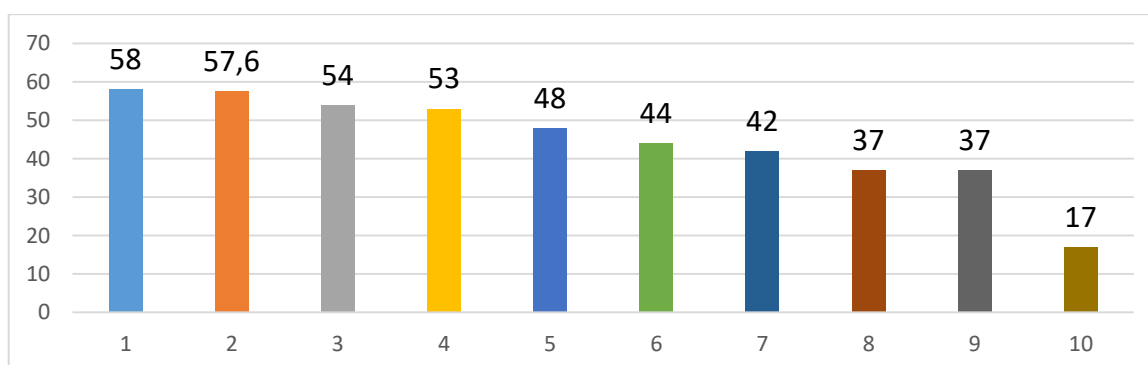
Распределение мнений о наиболее распространённых формах травли, агрессии в Интернете представлено на рисунке 2.



Рис. 2. Мнения о наиболее распространённых формах травли, агрессии в Интернете (n = 210)

То, что на этот вопрос анкеты ответили все респонденты, подтверждает реальность угрозы кибербуллинга, с которой может встретиться подросток в Интернете.

Так же в исследовании поднималась проблема мотивации проявления агрессии, травли в Интернете. Ответы на множественный, поливариантный вопрос представлены на рисунке 3. Полученные данные показывают, что к наиболее вероятным мотивам указанных деструктивных коммуникативных практик относятся: зависть, плохое воспитание, внешность жертвы, желание повеселиться/заняться троллингом, возможность быть анонимным и не нести ответственности за свои поступки. Это, в частности, подтверждает роль анонимности в интернет-коммуникациях в качестве значимого мотивирующего фактора девиантного поведения в виртуальном пространстве.



- | | |
|---|---|
| 1) зависть | 5) желание самоутвердиться, завоевать авторитет |
| 2) плохое воспитание | 7) национальная принадлежность жертвы |
| 3) внешность жертвы | 8) агрессивная, оскорбительная манера общения в интернет-сообществе |
| 4) желание повеселиться/заняться троллингом | 9) стремление собрать больше лайков |
| 5) возможность быть анонимным и не нести ответственности за свои поступки | 10) чувство одиночества в обычной жизни |

Рис. 3. Оценка мотивов проявления агрессии, травли в Интернете (n = 210)

Почти пятая часть опрошенных подростков (18%) оставляла негативные комментарии о другом человеке на его странице или в каком-либо интернет-

сообществе, т. е. могла выступать в качестве киберагрессора. Однако специального вопроса о том, что подростки понимают под негативными комментариями, в анкете не задавалось. Также не входило в задачи исследования выявление различий в понимании кибербуллинга и троллинга.

Несколько большая доля подростков (21%) сталкивалась с проявлением интернет-травли по отношению к себе. Чаще всего её объектами становятся подростки, являющихся мусульманами (40%). Но здесь следует говорить о влиянии скорее не религиозного, а этноконфессионального фактора, в котором этническая сторона доминирует. Это подтверждает значимость национальной принадлежности жертвы в качестве мотива проявления агрессии, травли в Интернете (см. рисунок 3).

Как правило, личная интернет-травля продолжается достаточно короткий период времени: один день (81%) или несколько дней (16,5%). Проявление интернет-агрессии длилось больше недели только у 2,5% подростков.

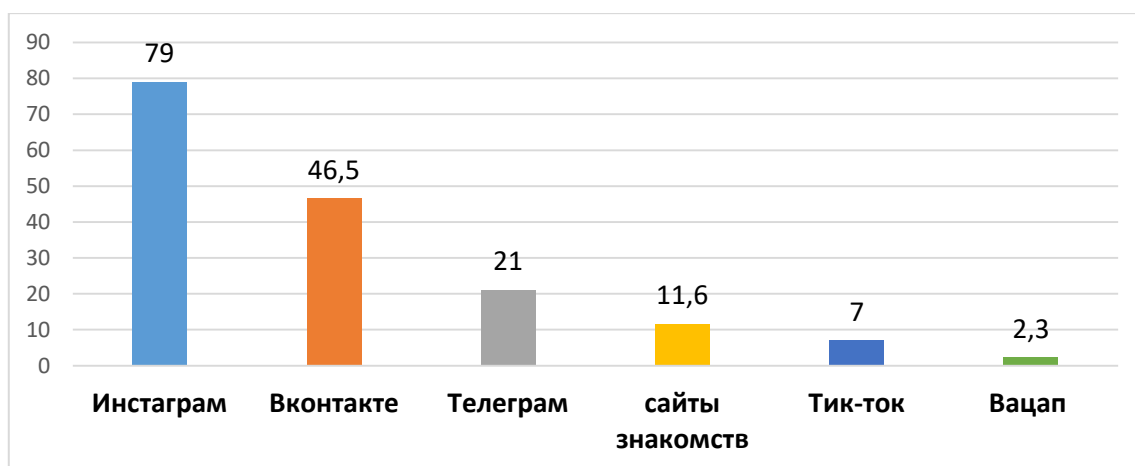


Рис. 4. Ресурсы, на которых чаще проявлялась агрессия (n = 43)

Выше отмечалось, что наиболее популярной у подростков является социальная сеть «ВКонтакте». Однако жертвами кибер-агрессии подростки чаще становятся в Инстаграме (см. рисунок 4). Особенность этой платформы состоит в том, что она помогает подросткам не только общаться с друзьями, заводить новые знакомства, но и делиться своими фотографиями. Скорость распространения контента позволяет грубым комментариям или некорректным изображениям становиться вирусными в течение нескольких часов. Популярность Инстаграма в качестве площадки для интернет-травли может также быть объяснена упрощённой процедурой регистрации для создания анонимных профилей, которые могут использоваться специально для кибербуллинга.

В большинстве случаев жертва и агрессор не знакомы друг с другом (83,7%), то есть в роли кибербуллеров в основном выступают посторонние люди.

Частота столкновения с интернет-травлей по отношению к себе растёт при увеличении количества времени, ежедневно проводимого в Интернете (см. рисунок 5). В роли жертвы кибер-агрессии выступает каждый третий подросток, проводящий ежедневно в Интернете более 5 часов (33%) и более 12 часов (37%). При этом никто из

подростков, бывающих в Интернете менее 1 часа в день, не сталкивался с фактами кибер-агрессии по отношению к себе.

Важно указать на то, что абсолютное большинство подростков, подвергавшихся личной травле в Интернете (88,4%), никому не рассказывали о своём негативном опыте, т. е. предпочитают оставаться со своей проблемой один на один. Это обусловлено, в частности, тем, что подростки склонны считать важным для себя навыком умение самостоятельно справляться с проблемами [Солдатова, 2019: 17].

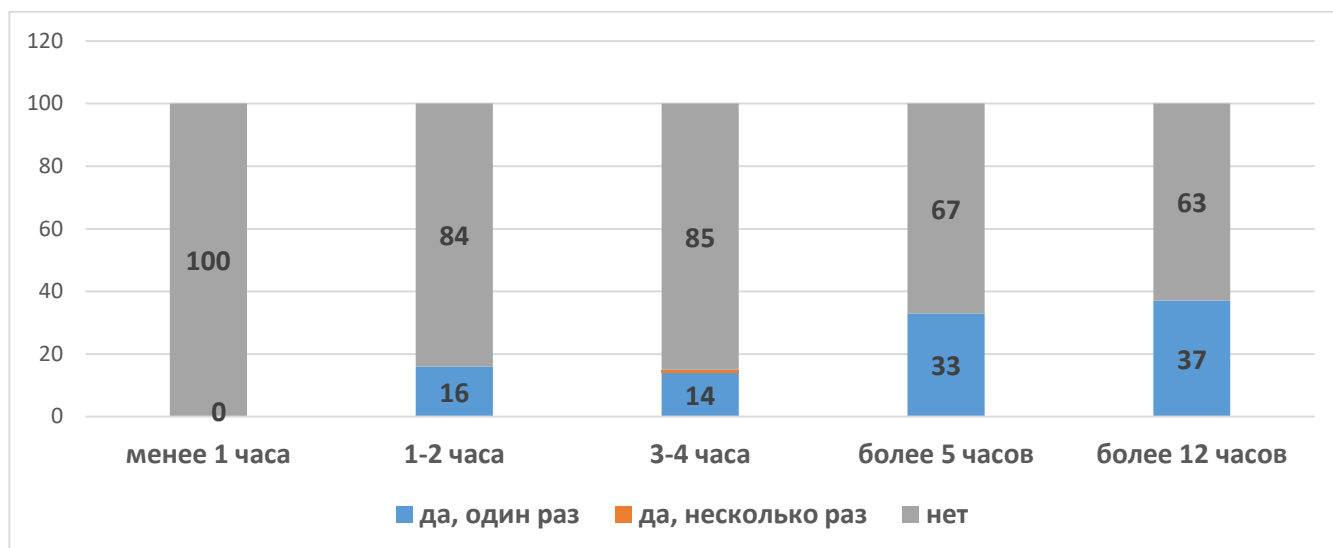


Рис. 5. Частота столкновения с проявлением интернет-травли по отношению к себе в зависимости от количества времени, ежедневно проводимого в Интернете (n = 210)

Всем участникам исследования было предложено ответить на поливариантный вопрос о возможных адресатах рассказа о случае интернет-агрессии по отношению к себе (см. рисунок 6). Тех, кто никому не будет рассказывать об этом негативном факте, оказалось более чем вдвое меньше, чем среди тех, у кого был реальный опыт жертвы кибер-травли (41,4% против 88,4%). Большинство подростков (59%) готовы рассказать об интернет-агрессии по отношению к себе другу или друзьям по жизни. Меньше всего (1,4%) не исключают возможности обратиться к сотруднику полиции. Это, по-видимому, объясняется тем, что кибер-травля, кибер-запугивание пока не воспринимается в качестве реального преступления против личности не только в подростковой среде, но и в российском обществе.

Очень незначительная доля подростков в качестве потенциального адресата рассказа об интернет-агрессии рассматривает учителя (3,3%). Однако при оценке реакции учителя на оскорбления учениками друг друга в школе (гимназии, лицее) 97% подростков ответили, что педагог требует прекратить оскорбления, и только 3% отметили, что педагог не замечает происходящего.

В семейном окружении с братьями и сёстрами готовы делиться своей проблемой по поводу кибер-травли втрое больше подростков, чем с родителями (соответственно 29% и 10%). При этом у 58,6% подростков по их субъективным оценкам отношения в семье спокойные, дружные и только у 3,8% – напряжённые.

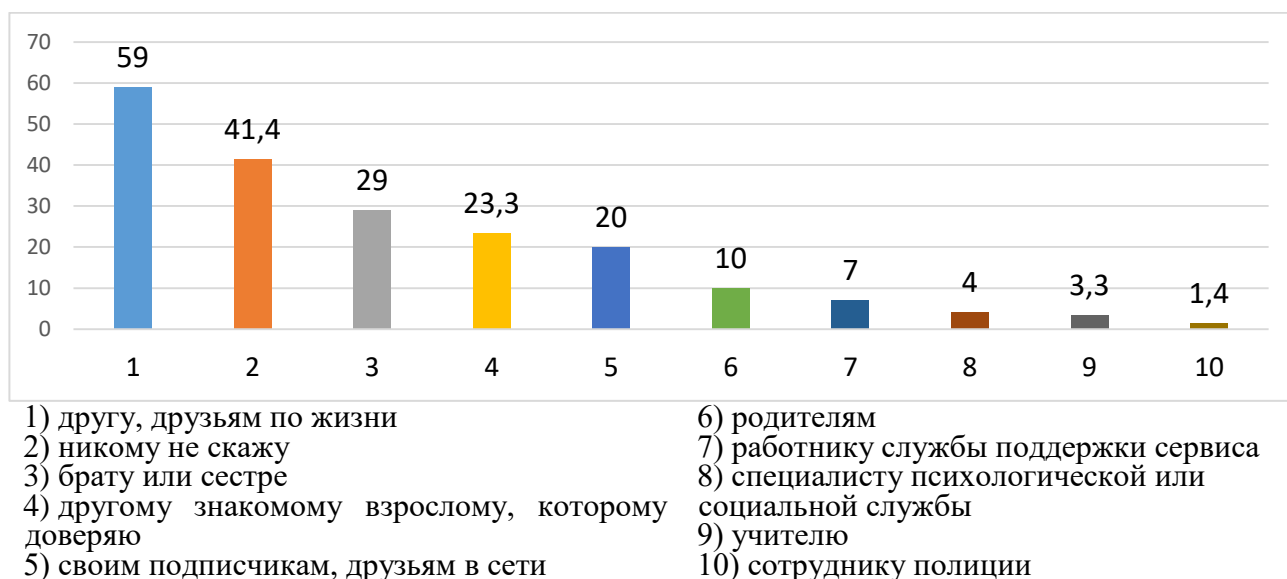


Рис. 6. Возможные адресаты рассказа о случае интернет-агрессии по отношению к себе (n = 210)

На то, что кибербуллинг относится к проблемам, о которых подростки очень редко рассказывают родителям или учителям, указывают и другие исследователи. В качестве основного мотива называется стеснение и боязнь огласки [Зинцова, 2014: 124]. Однако родительская поддержка особенно важна при попадании подростка в ситуацию кибербуллинга. Благодаря налаженной онлайн-коммуникации с родителями снижается вербальная агрессия в интернет-общении подростков со сверстниками [Солдатова, 2019: 19].

Один из вопросов анкеты выявлял наличие у родителей доступа к страницам подростков в социальных сетях. При ответе на него значительное большинство подростков (86%) сообщило, что родители не имеют доступа к их страницам в социальных сетях. Особенно большой процент так ответивших был выявлен в группе 14–15 лет (94%). Следовательно, родительский контроль как мера по профилактике кибербуллинга почти не задействуется.

Результаты по оценке предполагаемых реакций на нападки в Интернете представлены на рисунке 7.



Рис 7. Оценка предполагаемых реакций на нападки в Интернете (n = 210)

Из предложенных вариантов действия в ситуациях кибербуллинга участники исследования отдали предпочтение игнорированию оскорбительных сообщений, а также блокировке нападавшего или удалению его из друзей в социальных сетях и обращению к администрации сайта или онлайн-сервиса. Таким образом, большинство подростков отдаёт предпочтение техническим, а не коммуникативным средствам защиты от агрессии в Интернете.

Выявлены различия в способах реагирования на травлю в Интернете в зависимости от пола подростка (см. таблицу 2). Юноши в большей степени, чем девушки, ориентированы на следующие меры: игнорирование оскорбительных сообщений; блокировка нападавшего или удаление его из друзей в социальных сетях; обращение к администрации сайта или онлайн-сервиса; объяснение с обидчиком; сообщение о произошедшем широкой аудитории в поисках поддержки среди других членов интернет-сообщества; смена никнейма на сайте или удаление личного профиля. Девушки чаще юношей предполагают, что нужно сохранить документы и доказательства интернет-травли и обратиться за помощью в правоохранительные органы.

Участникам исследования было предложено высказать своё согласие/несогласие с тем, что норм, принятых в реальной жизни, необходимо придерживаться и в Интернете. Результаты показали, что три четверти опрошенных подростков (76%) воспринимают Интернет как часть реальной жизни, поэтому считают, что следует вести себя в нём в соответствии с общепринятыми нормами. Нет ни одного подростка, выбравшего вариант, что в Интернете можно вести себя так, как хочется.

Таблица 2. Оценка предполагаемых реакций на нападки в Интернете в зависимости от пола (n =210)

Оценка предполагаемых реакций на нападки в Интернете	Пол	
	женский	мужской
игнорировать оскорбительные сообщения	70,5	83,8
заблокировать нападавшего или удалить его из друзей в социальных сетях	55,2	67,6
обратиться к администрации сайта или онлайн-сервиса	57,1	63,8
объясниться с обидчиком	29,5	36,2
сохранить документы, доказательства интернет-травли	31,4	14,3
сообщить о произошедшем широкой аудитории в поисках поддержки среди других членов интернет-сообщества	16,2	26,7
обратиться за помощью в правоохранительные органы	25,7	18,1
сменить никнейм на сайте или удалить личный профиль	1	12,4
продолжить конфронтацию с агрессором, инициатором травли	5,7	5,7
перестать заходить на онлайн-страницы форумов, где осуществлялась травля	5,7	3,8

Таким образом, нынешние подростки – это цифровое поколение, для которого Интернет является естественной средой жизнедеятельности и коммуникаций, а

общение в социальных сетях – приоритетной досуговой практикой. Однако, как показали полученные данные, рост продолжительности пребывания в Интернете увеличивает вероятность вовлечения в ситуацию кибербуллинга.

Распространённость кибер-травли и кибер-агрессии подтверждается тем, что практически все участники исследования (92%) встречались с их фактами в Интернете, 21% опрошенных сталкивались с проявлением интернет-травли по отношению к себе, 18% подростков хотя бы однажды выступали в роли кибер-агрессора.

Главным субъектом помощи подростку в ситуации кибербуллинга должны быть родители, но лишь 10% подростков готовы поделиться с ними проблемой интернет-травли. Также отмечается недооценка родителями доверительного и одновременно строго контроля над пребыванием ребёнка в Интернете.

Целесообразно повышать психолого-педагогическую грамотность учителей по вопросам конструктивного взаимодействия в конфликтных ситуациях кибербуллинга, а также формировать и развивать социально-коммуникативные компетенции у подростков.

Список литературы

Божович Л. И. Проблемы формирования личности / Л. И. Божович ; под ред. Д. И. Фельдштейна. 3-е изд. М. : Московский психолого-социальный институт; Воронеж : НПО «МОДЭК», 2001. 352 с. ISBN 5-89502-210-3 (МПЦИ); ISBN 5-89395-285-5 (НПО «МОДЭК»).

Выготский Л. С. Проблема возраста // Л. С. Выготский. Собр. Соч. В 6 т. Т. 4. М. : Педагогика, 1984. С. 244–268.

Горбачева А. Г. Конструктивные и деструктивные практики людей в сети Интернет / А. Г. Горбачева // Идеи и идеалы. 2013. № 3 (17). С. 17–25.

Зинцова А. С. Социальная профилактика кибербуллинга / А. С. Зинцова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2014. № 3 (35). С. 122–128.

Иванов Д. В. Дополненная современность: эффекты постглобализации и поствиртуализации / Д. В. Иванов // Социологические исследования. 2020. № 5. С. 44–55. DOI 10.31857/S013216250009397-9. EDN KJDUDV.

Солдатова Г. У. Кибербуллинг: особенности, ролевая структура, детско-родительские отношения и стратегии совладания / Г. У. Солдатова, А. Н. Ярмина // Национальный психологический журнал. 2019. № 3 (35). С. 17–31. DOI 10.11621/npj.2019.0303.

Эльконин Д. Б. Избранные психологические труды / Д. Б. Эльконин. М. : Педагогика, 1989. 560 с.

Belsey B. Cyberbullying: An Emerging Threat to the «Always On» Generation // Bill Belsey: [сайт]. March 24, 2019. URL: <https://billbelsey.com/?cat=13> (дата обращения: 08.10.2022).



Василенко Людмила Александровна
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ,
Москва, Россия.
vasilenkola@mail.ru

СОЦИАЛЬНО-СЕТЕВАЯ СУБЪЕКТНОСТЬ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯХ НА ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМАХ ³¹

Аннотация. Объектом исследования являются социально-сетевые групповые субъекты, взаимодействующие на цифровых платформах. Основными источниками эмпирических данных стали социологические исследования в рамках проекта «Публичное управление как конфигурирование релятивных сетей в публичном пространстве цифрового общества». Предметом исследования является рассмотрение условий и функционального содержания «умного» взаимодействия коллективных сетевых субъектов на цифровых платформах. Методологической основой выступили работы в области становления цифрового общества Л. Василенко, Н. Мещеряковой; «эволюционный механизм» Э. М. Галимова, подчиняющийся универсальному закону снижения энтропии; эволюционно-фрактальная теория Л. Колесниковой, теоретические основания субъектности Д. А. Леонтьева, А. А. Деркача, А. К. Осницкого, а также понимание «умного» управления А. В. Тихонова, В. С. Богданова. Результаты исследования представлены описанием контуров новых форм «умной» коллективной субъектности и её функциональной наполненности применительно к «умному» взаимодействию коллективных субъектов на цифровых платформах.

Ключевые слова: коллективный субъект, искусственный интеллект, «конвергенция субъектности», «умное» управление, цифровое общество, цифровая платформа

Vasilenko Liyudmila A.
The Presidential Academy (RANEPA),
Moscow, Russia.
vasilenkola@mail.ru

SOCIAL NETWORK SUBJECTIVITY IN INTERACTIONS ON DIGITAL PLATFORMS ³²

Abstract. The object of the study is social network group subjects interacting on digital platforms. The main sources of empirical data were sociological studies within the framework of the project «Public Administration as the Configuration of Relative Networks in the Public Space of the Digital Society». The subject of the study is the consideration of the conditions and functional content of the «smart» interaction of collective network entities on digital platforms. The methodological basis was the work in the field of the formation of a digital society by L. Vasilenko, N. Meshcheryakova; the «evolutionary mechanism» of E. M. Galimov, subject to the universal law of entropy reduction; the evolutionary-fractal theory of L. Kolesnikova, the theoretical foundations of subjectivity by D. A. Leontiev, A. A. Derkach, A. K. Osnitsky, as well as the understanding of «smart» control by A. V. Tikhonov, V. S. Bogdanov. The results of the study are presented by describing the contours of new forms of «smart» collective subjectivity and its functional content in relation to the «smart» interaction of collective subjects on digital platforms.

Keywords: collective subject, artificial intelligence, «convergence of subjectivity», «smart» management, digital society, digital platform

³¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ в рамках проекта № 20-011-00694 «Публичное управление как конфигурирование релятивных сетей в публичном пространстве цифрового общества».

³² The work was financially supported by the Russian Foundation for Basic Research within the framework of project № 20-011-00694 «Public Administration as the Configuration of Relative Networks in the Public Space of the Digital Society».

Введение

Рождённое во втором десятилетии XXI века цифровое общество имеет основным признаком гибридность – трансгрессию виртуального и реального [Василенко, Мещерякова, 2021]. Она возникла не одномоментно, а стала результатом сложнейших эволюционных процессов. Для нас это означает необходимость в процессах реализации платформенного управления [Vasilenko, Meshcheryakova, Zotov, 2022] учитывать новые закономерности эволюционного развития мира. Эволюционный механизм Э. Галимова, академика РАН, лауреата Государственной премии Российской Федерации в области науки и технологий за 2015 год [Галимов, 2001] базируется на закономерностях перехода живой системы из неустойчивого состояния к устойчивому. Этот механизм представляет собой «самопроизвольный процесс», который обеспечивает «эволюционное развитие в сторону последовательного уменьшения энтропии» [Колесникова, Степанов, 2014: 18]. Такой процесс упорядочения системы подчиняется универсальному закону снижения энтропии.

Порождение сложности в условиях неравновесности как «возрастание несвободности» воплощается в росте структурного многообразия, формирования новых связей. В мире естественной природы в результате самоорганизации под действием эволюционных законов побеждает вовсе не «наилучшая» популяция, а та, которая по воле случая оказалась более многочисленной [Чернавский, 2001].

Но в социальной самоорганизации участвуют индивиды, наделённые сознанием, не все они действуют в социальном пространстве бессознательно и бесцельно, т. е. природа социального имеет значимые отличия [Vasilenko, 2019]. Применительно к теме исследования в условиях отсутствия в гибридном пространстве социальных институтов возрастающая степень свободы индивидов обуславливает необходимость опережающей перестройки социального порядка в социуме в процессах развития техники и технологий с учётом продуцируемой при этом энтропии.

Из этого следует, что для формирования социальной среды, поднимающей человеческую личность на более высокий уровень развития, но не разрушающую ее, необходимо встраивать «эволюционно-способный механизм» в процессы первичной и вторичной социализации. Примером такого механизма может выступить рекурсивное распространение фрактальных образцов продуктивного поведения [Василенко, Колесникова, Писклакова-Паркер, 2012: 63] в сетевой среде согласно теории геоинформационной культуры безопасности. Речь идёт об осознанном создании сетевыми субъектами «правил запрета» [Трансформационные процессы, 2010] поведения во имя обеспечения целостности социальной системы, а также о требовании периодического обновления созданных ранее правил поведения, адекватно динамике социальных изменений с учётом культурного разнообразия гибридного социального пространства, а также способности участников легальными методами защищать созданные ими правила.

Такая способность должна вырабатываться в опережающем порядке «эволюционно-способным механизмом» социальной системы, наделяя участников качеством субъектности как способности теоретически обосновывать и коллективно выстраивать контуры социального порядка, адекватного реалиям гибридного социума, т. е. предметом становится поиск коллективных субъектов, поведение которых

формирует основы становящегося социального порядка. Из этого следует, что в цифровом обществе в основании должны находиться не столько собственность и доход, сколько способность обращать современные технологии на приумножение социального капитала коллективных субъектов, формирующих или обновляющих социальный порядок и ответственное его применение в сфере управления и жизнеобеспечения в условиях гибридной реальности.

Субъектность личности как социальный феномен в таком контексте означает способность «к особой активности, стремление творить, преобразовывать, целесообразно действовать, ...расширяя свои возможности в качестве субъекта» [Деркач, 2016: 9], процесс «социального конструирования сознания, личности и поведенческих практик» [Леонтьев, 2010: 153], «социальный, деятельно-преобразующий способ бытия человека» [Осницкий, 1996: 2].

Коллективные субъекты включают индивидов, обладающих способностью к интеграции, определению стратегии будущего, постановке целей, планированию и активному продуктивному взаимодействию по преобразованию организации социальной среды, способностью к развитию, саморефлексии, саморегуляции и самосовершенствованию.

Управляемость социальными процессами зависит от «качества организации социальной среды, в которой определённым образом воспроизводятся отношения управления и обратная связь между социальными субъектами (агентами) для достижения конкретных целей» т. е. речь идёт об «умной обратной связи», которую осуществляют не только назначенные руководители, но и «социально-территориальные группы, группы влияния и управления в поселениях и регионах», обладающие «социальной субъектностью» [Тихонов, Богданов, 2020: 74].

Контуры новых форм умной коллективной субъектности

Для снижения рисков, связанных со становлением цифрового общества, необходимо создать «эволюционно способный механизм», т. е. включить его в процессы формирования институтов социализации, порождённых стихийной самоорганизацией в гибридном социальном пространстве, не нарушая при этом законы эволюции. В условиях платформенного взаимодействия это может принять форму направляемой самоорганизации с опорой на индивидуальных и коллективных умных субъектов социально-сетевой среды. Умные сетевые субъекты представляет собой личности, понимающие законы мироздания и умело использующие цифровые технологии. Для направляемой самоорганизации важно опираться на взаимность совпадения интересов социальных субъектов и наличия главного их качества – целесообразной активности, желания и стремления к преобразующему способу бытия. Умение участвовать в управлении согласно культуре безопасности по согласованным правилам, а также адаптационные способности к изменениям поведенческого ландшафта можно вырабатывать в процессе настройки взаимодействия, накапливая и применяя ресурсы социального капитала, или специально организованной подготовки лидеров социальных изменений.

Наличие социального капитала позволяют объединить подготовленных лидеров в группы коллективных субъектов-единомышленников, выступающих в роли агентов перемен, хотя следует понимать, что самоорганизационные процессы их деятельности не гарантируют реализации всеми ими позитивной функции в сетевом пространстве: а) они могут осуществлять грубый диктат, подчиняя гибридное социальное пространство

и его участников своим интересам, либо б) осуществлять «тонкую координацию» обществ и экономик «на основе переосмысления источников межкультурных различий и противоречий, их взаимосвязей и взаимовлияния на локальные и глобальные общественно-политические, социокультурные, технологические, в том числе, финансово-экономические процессы и кризисы» [Колесникова, 2014: 14]. Вторая функция требует организации специализированной подготовки в области логической социологии в понимании А. Зиновьева, умения хорошо понимать и работать со смыслами социального пространства [Зиновьев, 2002: 6–12].

Таким образом, коллективных субъектов следует умело отбирать и творчески подготавливать к будущей роли умных коллективных субъектов с применением технологий искусственного интеллекта [Дудихин, Шевцова, 2020: 49].

Организация данной работы требует создания соответствующей творческой сетевой среды, включая коллективное определение образа будущего и системы ценностной его основы, включая идеологические основания, «набор принципов, характеризующих и определяющих нормы поведения» в гибридном сетевом пространстве, отражающие систему взглядов на мир, «не заданную чётким образом, а познаваемую и осознаваемую его носителями в процессе эволюции своего самосознания в рамках коммуникаций и взаимодействий в своей субкультуре» [Василенко, 2016: 54]. Состав фрактального основания такого конструкта поведения коллективных субъектов дополняют правила рекурсивного сетевого распространения принятых в группе форматов поведения, которые затем выступают зародышем общих институциональных механизмов в соответствии с вектором формирования ценностно-целевых структур, поскольку здесь важно именно «укоренение правил», придающих структуру социальным взаимодействиям [Колесникова, 2014: 18] в условиях «социальной мультиразумной системы», сочетающей партисипативную организационную структуру, систему управления знаниями и корпоративную культуру, основанную на доверии и уважении [Лунев и др., 2020: 46].

Вариантом такого процесса институционализации может выступить «трёхуровневая составляющая критерия согласованности – семантическая, методологическая и методическая» [Василенко, Колесникова, 2015: 93–94].

В то же время, если в такой среде вместо социального капитала будет приумножаться только личный капитал, когда каждый участник будет действовать только в своих личных целях, если будет отсутствовать согласованность выстраивания новых цифровых профилей и цифровых институтов, результат может оказаться противоположным в русле тенденции деструктивного развития цифрового общества, о которой пишет Валерий Филимонов.

Коллективная субъектность в условиях взаимодействия на цифровых платформах

Цифровые платформы во взаимодействиях коллективных субъектов несут важную функциональную нагруженность. По мнению респондентов проведённых фокус групп, социально-сетевые сообщества обладают потенциалом консолидации общества, но он не используется в процессах реализации взаимодействия на цифровых платформах [Василенко, Зотов, Захарова, 2020]. Какие же функции необходимы, исходя из результатов проведённых опросов в рамках реализации проекта «Публичное

управление как конфигурирование релятивных сетей в публичном пространстве цифрового общества»?

Первая из этих функций – формирование соответствующей саморазвивающейся социальной среды.

Вторая функция – выполнение конкретных работ в формате приложений, позволяющих реализовать развитие социальной среды, её смысловое наполнение. Это возможно реализовывать в виде приложений по введению образа будущего, ценностных оснований, конструктов поведения и т. п. с последующей организацией обсуждения и их корректировки на консенсусной основе.

Третья функция цифровой платформы – реализация «конвергентной субъектности» [Лешкевич, 2022: 34] на основе симбиоза коллективных субъектов и техносубъектов, т. е. создание оснований для симбиотического интеллекта. Для этого потребуется заложить в основании интеллектуальной основы техносубъектов прозрачные и корректно работающие алгоритмы [Василенко, 2021: 6]. Одна из таких функций может заключаться в мониторинговом анализе совпадения интересов участников, их ценностных предпочтений, качеств субъектности и совместимости с целью предложения возможности вхождения каждого участника в состав той или иной группы участников по признаку возможной согласованности их взаимодействий.

Для мониторинга валидности сетевой среды можно согласовать показатели развития субъектности участников, сохранения заданной фрактальной основы социализации, проверки корректности саморазвивающихся техносубъектов. Здесь могут быть полезен опыт мониторинга качества взаимодействия групповых субъектов в управлении [Мерзляков, 2020: 75]. Особого внимания заслуживают концепты этики цифровизации, акторно-сетевой гибридизации, смарт-управления, участвующего управления, умного конфигурирования релятивных сетей, в которых объектом управления выступает сетевое взаимодействие [Зотов, Василенко, 2022: 80].

Окончательное конфигурирование сетевого ландшафта реализуется Лицом, Принимающим Решения (ЛПР) через формирование состава групп коллективных субъектов, работающих над решением проблем на цифровых платформах.

Четвёртая функция – адаптационная, т. е. конкретную реализацию «умной обратной связи», в том числе предлагается обеспечивать:

- адаптацию контента каждой решаемой проблемной ситуации;
- организацию дискуссионных площадок или игровых интерфейсов с распределением социальных ролей (например, как это делается на образовательных цифровых платформах: Oefenweb, DreamBox);
- процедуру разработки решения проблем. Возможен подход формирующего оценивания, применяемого на образовательных платформах DreamBox, CogBooks;
- подготовка альтернативных вариантов решения проблемы с прогнозом последствий их реализации.

Но цифровые платформы не могут быть замкнуты внутри своего социального пространства. Для обеспечения устойчивости описанных выше непростых процессов необходимы мониторинговые исследования динамики и специфики спонтанного возникновения новых сетей, структур, каналов информации, последствий, пределов управления, доминирования виртуального над реальным, трансгрессии виртуальных отношений в реальный мир, а также развития правил взаимодействия в сети Интернет, возникшие в период её возникновения [Митин, Василенко, 1996]. Кроме того,

необходимо включать настройки процессов первичной и вторичной социализации через опережающее образование [Василенко, 2004: 491].

Список литературы

Василенко Л. А. Опережающее образование как способ выживания человечества / Л. А. Василенко // Безопасность Евразии. 2004. № 3 (17). С. 491–505. DOI 10.18411/Vasilenko-1-1.

Василенко Л. А. Фрактальный подход к формированию научного и образовательного пространства ЕАЭС / Л. А. Василенко // Управленческое консультирование. 2016. № 11 (95). С. 50–56. DOI 10.18411/Vasilenko-1-20.

Василенко Л. А. Цифровой прорыв: достаточно ли умным в цифровом государстве будет публичное управление и насколько умны элита и граждане / Л. А. Василенко // Цифровая социология. 2021. Т. 4, № 3. С. 6–15. DOI 10.26425/2658-347X-2021-4-3-6-15.

Василенко Л. А. Использование потенциала социальных медиа в становлении участвующего управления / Л. А. Василенко, В. В. Зотов, С. А. Захарова // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2020. Vol. 20, № 4. С. 864–876. DOI 10.22363/2313-2272-2020-20-4-864-876.

Василенко Л. А. Научная рациональность в социальном познании / Л. А. Василенко, Л. А. Колесникова // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2015. № 3 (7). С. 81–95.

Василенко Л. А. Применение концепции фрактальности к исследованиям деструктивных процессов методами клинической социологии / Л. А. Василенко, Л. А. Колесникова, М. П. Пискалова-Паркер // Человеческий капитал. Научно-практический журнал. 2012. № 9. С. 62–66.

Василенко Л. А. Социология цифрового общества: монография // Л. А. Василенко, Н. Н. Мещерякова. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2021. 226 с.

Галимов Э. М. Феномен жизни: между равновесием и нелинейностью. Происхождение и принципы эволюции / Э. М. Галимов. М.: Едиториал УРСС, 2001. 254 с.

Деркач А. А. Профессиональная субъектность как психолого-акмеологический феномен (Окончание) / А. А. Деркач // Акмеология. 2016. № 2 (58). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnaya-subektnost-kak-psihologo-akmeologicheskii-fenomen-okonchanie> (дата обращения: 03.10.2022).

Дудихин В. В. Умное управление – управление с использованием искусственного интеллекта / В. В. Дудихин, И. В. Шевцова // Государственное управление. Электронный вестник. 2020. № 81. С. 49–65.

Зиновьев А. А. Логическая социология. / А. А. Зиновьев; М.: Социум, 2002. 260 с.

Зотов В. В. Умное конфигурирование как новое направление социологии управления / Материалы I Международного научного онлайн форума «Научные результаты Социологии-2021» 16–18 февраля 2022 г. Белгород. 2022. С. 80–88.

Колесникова Л. А. Революция фрактального кросс-дисциплинарного синтеза или естественные начала и вопросы методологии междисциплинарного диалога в социальных и гуманитарных науках / Л. А. Колесникова // Социология. Естествознание. Общество: сб. науч. статей и мат-лов Всеросс. науч. конф. «Социология и естествознание: междисциплинарные подходы к изучению социальной реальности» (12–13 декабря 2014 г., Москва) / Под общ. ред. Н. Е. Покровского. М.: РОО «Сообщество профессиональных социологов»: ООО «Вариант», 2014. С. 13–18.

Колесникова Л. А. Достижения современной эволюционной теории как естественно-научная основа исследований инновационных процессов в экономике и обществе / Л. А. Колесникова, А. К. Степанова // Социология. Естествознание. Общество: сб. науч. статей и мат-лов Всеросс. науч. конф. «Социология и

естествознание: междисциплинарные подходы к изучению социальной реальности» (12–13 декабря 2014 г., Москва) / Под общ. ред. Н. Е. Покровского. М.: РОО «Сообщество профессиональных социологов»: ООО «Вариант», 2014. С. 18–24.

Леонтьев Д. А. Что даёт психологии понятие субъекта: субъектность как измерение личности / Д. А. Леонтьев // Эпистемология и философия науки. 2010. Т. 25, № 3. С. 136–153. EDN NCJXAR.

Лешкевич Т. Г. Метафоры цифровой эры и Black Box Problem / Т. Г. Лешкевич // Философия науки и техники. 2022. Т. 27, № 1. С. 34–48.

Лунев В. В. Умное управление и организационное развитие / В. В. Лунев, Т. А. Лунева, Ф. А. Модестов, Д. В. Рахинский // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2020. № 9. С. 43–47.

Мерзляков А. А. К вопросу о показателях исследования субъектности в социологии управления / А. А. Мерзляков / Образование и наука в современном мире. Инновации. 2020. № 5 (30). С. 75–89.

Митин А. И. Глобальная компьютерная сеть Internet (история, организация, доступ, перспективы) / А. И. Митин, Л. А. Василенко. М.: Интеллект, 1996. DOI 10.18411/Vasilenko-2-9.

Осницкий А. К. Проблема исследования субъективной активности / А. К. Осницкий / Вопросы психологии. 1996. № 1. С. 5–19.

Тихонов А. В. От «умного регулирования» к «умному управлению»: социальная проблема цифровизации обратных связей / А. В. Тихонов, А. С. Богданов // Социологические исследования. 2020. № 1. С. 74–81.

Трансформационные процессы в системе допуска к государственной тайне России / В. И. Василенко [и др.]. М.: Проспект, 2010. DOI 10.18411/Vasilenko-3-2.

Чернавский Д. С. Синергетика и информация: Динамическая теория информации / Д. С. Чернавский. М.: Наука, 2001. 244 с.

Vasilenko L. Fractal-synergetic approach to the research of entrepreneurship in the non-profit organizations // Wisdom. 2019. Т. 1, № 12. Pp. 62–72. DOI 10.18411/Vasilenko-1-13.

Vasilenko L. Digitalization of global society: from the emerging social reality to its sociological conceptualisation / L. Vasilenko, N. Meshcheryakova, V. Zotov // Wisdom. 2022. Т. 21, № 1. Pp. 123–129. DOI 10.24234/wisdom.v21i1.720.



Васильев Николай Александрович

Исследовательский Центр Ассоциации коммуникационных агентств России;
Российская ассоциация маркетинговых услуг;
Российская ассоциация развития интерактивной рекламы;
Московская высшая школа социальных и экономических наук;
Manchester University;
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
nikolay.a.vasilyev@gmail.com

КРИЗИСНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ

Аннотация. Статья основана на анализе результатов актуальных исследований кризисных изменений на российском медиакоммуникационном рынке, проводимых Исследовательским Центром АКАР (ИЦ АКАР) совместно с Ассоциацией Развития Интерактивной Рекламы (АРИР) и Всероссийским Центром Изучения Общественного Мнения весной 2022 г. Медиакоммуникационная отрасль традиционно развивается быстрее других отраслей, часто находится в авангарде технологических изменений, поэтому её пример часто лежит в основе оценки последующих изменений во всей экономике. Ожидания, оценки и прогнозы в медиакоммуникационной отрасли могут помочь избежать наиболее сильных негативных изменений в других отраслях российской экономики в период кризиса. В статье даётся оценка и прогноз состояния медиакоммуникационной отрасли ведущими сетевыми группами, а также другими игроками медиакоммуникационного рынка, описываются антикризисные меры компаний, связанные с сокращением и реструктуризацией расходов, борьбой с дебиторской задолженностью. Во введении описывается ситуация, с которой столкнулись коммуникационные компании после 24 февраля 2022 г. Отдельно рассматриваются ожидания поддержки со стороны государства. Подчёркивается, что финансовые издержки – не способ антикризисных действий, поскольку результаты исследования демонстрируют гибкость компаний и готовность выходить на рынок с новыми продуктами. Детально рассматривается актуальная ситуация на рынке труда в коммуникационной отрасли, как со стороны соискателей, так и со стороны компаний. Делается вывод о том, что увеличение числа соискателей на рынке найма не означает массовых сокращений в компаниях, поскольку такие меры компании пока не предпринимают, и в большинстве оптимизируют финансы, а не кадры. В заключении резюмируются основные результаты и делаются выводы.

Ключевые слова: медиакоммуникационная отрасль, исследования, рынок рекламы, рынок труда, кризис, прогноз, бюджет, рекламные затраты, онлайн анкетирование, интернет-опрос

Vasilev Nikolay A.

Research Center of the Association of Communication Agencies of Russia;
Russian Association of Marketing Services;
Russian Association for the Development of Interactive Advertising;
Manchester University;
Institute of Sociology FCTAS RAS
Moscow, Russia.
nikolay.a.vasilyev@gmail.com

CRISIS CHANGES IN THE RUSSIAN MEDIA COMMUNICATION INDUSTRY

Abstract. The article is based on an analysis of the results of current studies of crisis at the Russian media communications market conducted by the ACAR Research Center (ACAR RC) together with the

Association for the Development of Interactive Advertising (ARIR) and the All-Russian Public Opinion Research Center in the spring of 2022. The media communications industry has traditionally developed faster than other industries, often at the forefront of technological change, so its example often underlies the assessment of subsequent changes in the entire economy. Expectations, assessments, and forecasts in the media communications industry can help to avoid the strongest negative changes in other sectors of the Russian economy during the crisis. The article provides an assessment and forecast of the state of the media communications industry by leading network groups, as well as other players in the media communications market, describes the anti-crisis measures of companies related to the reduction and restructuring of costs. dealing with accounts receivable. The introduction describes the situation that communication companies faced after February 24, 2022. Separately, the expectations of support from the state are considered. It is emphasized that financial costs are not a way of anti-crisis actions since the results of the study demonstrate the flexibility of companies and their willingness to enter the market with new products. The current situation on the labor market in the media communications industry is considered in detail both by applicants and by companies. It is concluded that an increase in the number of job seekers in the hiring market does not mean massive layoffs in companies, since companies have not yet taken such measures, and most of them optimize finances, not personnel. In conclusion, the main results are summarized and conclusions are drawn.

Keywords: media communication industry, research, advertising market, labor market, a crisis, forecast, budget, advertising costs, online survey, internet survey

Введение. Российский медиакommunikационный рынок в 2021 г. показал рекордный рост и, по данным АКАР, на 24% вырос по сравнению с 2019 г., в то время как в пандемическом 2020-м г. он сократился на 4%. Однако в конце февраля 2022 г., в связи беспрецедентными экономическими и политическими санкциями, наложенными на Россию, коммуникационный рынок, как и многие другие сферы экономики, сталкивается с вызовами нового кризиса.

Медиакommunikационная отрасль всегда первой реагирует на изменения, фактически являясь ярким маркером изменений в экономике. Таким образом она проецирует ситуацию кризисных изменений, и задача исследования – эти изменения продемонстрировать. Как отмечают исследователи, «роль рекламы весома во многих областях экономики и общественной жизни. Нельзя не подчеркнуть её образовательную, эстетическую, психологическую и идеологическую роли. Разумеется, экономическая роль – это важнейшая составляющая рекламы, так как реклама должна констатировать и организовывать связующее звено между производителем и потребителем, повышать рентабельность компаний и благосостояние общества. В конечном счёте, это содействует увеличению общественного производства и распространению границ рынков сбыта» (Голикова, 2015: 30). Так как реклама является авангардом народного хозяйства, эта отрасль одной из первой реагирует на изменения внешнего характера, поэтому изменение в сфере рекламы влияют на изменения общества и экономики – мы можем спроецировать кризисные изменения и прогнозы в коммуникационной отрасли на российскую экономику в целом.

Игроки медиакommunikационного рынка уже столкнулись с кредиторской и дебиторской задолженностью (19%, АРИР), ожидают отмену новых контрактов (60%, АКАР/ВЦИОМ), сокращение коммуникационных бюджетов (72%, АКАР/ВЦИОМ), отмену или перенос тендеров (53%, АКАР/ВЦИОМ), уход партнёров или контрагентов (53%, АКАР/ВЦИОМ). В данной статье мы опишем, как медиакommunikационные компании воспринимают и оценивают этот кризис, какие прогнозы считают реалистичными, и какие действия предпринимают или собираются предпринимать в

текущей ситуации. Основой для анализа выступают материалы исследований, проводимых Исследовательским центром АКАР / АРИР / РАМУ, ВЦИОМ, данных hh.ru и других открытых источников.

Методология. Данные, используемые в ходе анализа, основываются на CAWI-исследованиях лидеров и ведущих представителей медиакommunikационной индустрии. Онлайн-анкетирование является наиболее эффективным методом сбора количественных данных, как с точки зрения экономии временных и финансовых затрат, так и с точки зрения обработки данных (Ревилла, 2016). В статье используются данные следующих исследований:

- Интернет-опрос, проведённый АРИР совместно с ИЦ АКАР – «Влияние кризисной ситуации на рынок интерактивной рекламы». Волновое Исследование (1 волна – 11 марта 2022, выборка 95 респондентов, 2 волна – 23 марта 2022 г., выборка 78 респондентов, 3 волна – 6 апреля 2022, выборка 73 респондента). В исследовании принимали участие ведущие игроки рынка интерактивной рекламы – представители агентств, технологических платформ, коммуникационных площадок, селлеров и сейлз-хаусов. Цель исследования – отследить динамику развития рынка интернет-рекламы в условиях нестабильности, зафиксировать происходящие изменения и собрать данные о настроениях и ожиданиях игроков;

- Интернет-опрос, проведённый ВЦИОМ совместно с ИЦ АКАР «Состояние рынка коммуникаций в условиях санкций и текущих экономических реалий» [Состояние рынка коммуникаций в условиях санкций...]. Опрос был проведён в период с 16 по 21 марта 2022 г. В опросе приняло участие 225 респондентов, занимающих руководящие должности в компаниях, работающих на рынке коммуникационных услуг. 34% респондентов занимали должность генерального директора компании, 24% – управляющего партнёра, 20% – CEO.

Оценки и прогнозы текущей кризисной ситуации. Ведущие игроки российского медиакommunikационного рынка прогнозируют сокращение рынка от 11% до 50% [Упал и сжался...], наиболее вероятно, что нынешний кризис коммуникационная отрасль переживёт с большими потерями, чем ситуацию в экономике во время пандемии. Этому способствуют ряд факторов, среди которых – уход из России крупных международных рекламодателей, блокировка или уход западных соцсетей и сервисов (Facebook, Instagram, TikTok, Spotify) или приостановка возможности коммуникационных размещений (YouTube, Google Ads), а также уход или передача российским владельцам сетевых коммуникационных агентств (WPP, Omnicom и др.). Ожидания ведущих сетевых групп относительно сокращения рынка зависят от сложно прогнозируемых факторов, и они во многом – политические, а не экономические, то есть зависят от времени прекращения военного конфликта и ослабления (или ужесточения) санкций. Исходя из этого, представлено три сценария – оптимистичный, пессимистичный и негативный.

Таблица 1. Три сценария – оптимистичный, пессимистичный и негативный

Прогнозы роста рекламного рынка в России в 2022 году					
Сегмент	Сценарий	Publicis Groupe	OMD OM Group	Dtntsu Russia	GroupM
Телевидение	Оптимистичный	-20%	0%	-	-25%
	Пессимистичный	-50%	-9%	-	-35%
	Негативный	-	-	-	-47%
Интернет-реклама	Оптимистичный	-20%	-18%	-	-17%
	Пессимистичный	-50%	-28%	-	-28%
	Негативный	-	-	-	-35%
Печатная пресса	Оптимистичный	-50%	-45%	-	-65%
	Пессимистичный	-70%	-53%	-	-68%
	Негативный	-	-	-	-72%
Радио	Оптимистичный	-20%	+1%	-	-30%
	Пессимистичный	-50%	-4%	-	-47%
	Негативный	-	-	-	-50%
Наружная реклама	Оптимистичный	-15%	-10%	-	-26%
	Пессимистичный	-50%	-16%	-	-35%
	Негативный	-	-	-	-41%
Итого	Оптимистичный	-20%	-11%	-20%	-21%
	Пессимистичный	-50%	-20%	-30%	-32%
	Негативный	-	-50%	-	-40%

Пандемия ускорила перенос коммуникационных бюджетов в диджитал, что следует из данных последней волны Digital Advertisers Barometer 2022 – это был закономерный процесс [Iab Russia digital advertisers...]. В пандемийном году интернет-реклама стала единственным сегментом, показавшим рост – на 4%. Сегмент интернет-рекламы в 2022 г. вырос на 24% по сравнению с 2020-м, и на 29% по отношению к 2019 г. Однако теперь интернет-реклама может оказаться наиболее пострадавшим сегментом. Трафик социальных сетей перемещается из заблокированных соцсетей, аудитория Instagram перераспределилась между «Яндекс.Дзен» и «ВКонтакте». «ВКонтакте» становится центром видео-потребления: просмотры видео выросли на 15%, загрузки на платформе VK-клипы (аналог Reels по интерфейсу и функционалу) выросли вдвое. Аудитория российской соцсети «Одноклассники» выросла почти на 1 млн с конца февраля [Как изменялась аудитория соцсетей после блокировок...]. Это рождает неопределённость на рынке интернет-рекламы и требует изменений в структуре рекламных инструментов и изменения привычных и устоявшихся подходов [i.com представил исследование о новой реальности]. Обратимся к оценкам сокращения рынка интерактивной рекламы по данным 3-х волн опроса АРИР.



Рис. 1. Оценка сокращения рынка интерактивной рекламы по данным 3-х волн опроса АРИР

Самая большая группа игроков медиакommunikационного рынка по трём волнам замеров – группа тех, кто ожидает сокращение рынка до 50% (26%–50%). В этой группе доли тех, кто предполагает сокращение рынка в пределах 26–50% составили: первая волна – 34%, вторая – 56%, третья – 47%. [Влияние кризисной ситуации на рынок интерактивной рекламы]. До 1% упала доля респондентов, которые считают, что рынок интерактивной рекламы ожидает падение от 76% до 100% (первая волна – 6% респондентов, вторая – 3%, в третьей волне – 1% респондентов). По итогам третьей волны, группа респондентов, которые предполагают сокращение рынка до 25% (1%–25%), составляет 27%. Этот показатель очень близок к показателю первой волны (25%). Тем не менее, компании ожидают, что ситуация в перспективе может стабилизироваться:

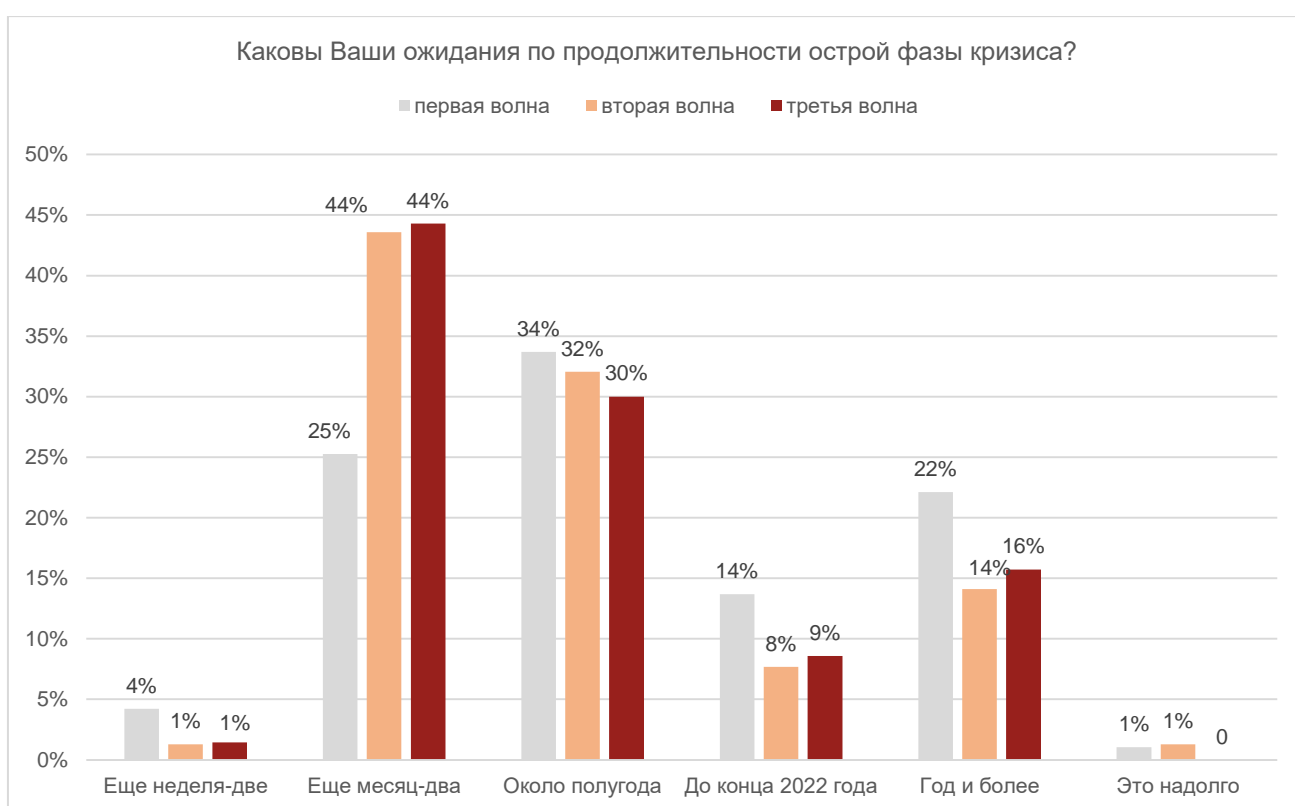


Рис. 2. Ожидания по продолжительности острой фазы кризиса

Третья волна демонстрирует небольшой рост оптимизма (26% считают, что самое худшее позади, это –8 п. п. по сравнению со второй волной). По результатам трёх волн самая большая группа респондентов (44%) считает, что острая фаза кризиса продлится ещё месяц–два (1 волна –25%, 2 волна – 44%, третья волна – 44%). Треть опрошенных (1 волна – 34%, 2 волна – 32%, 3 волна – 30%) считает, что острая фаза кризиса продлится около полугода. Доля тех, кто считает, что острая фаза кризиса продлится год и более, сократилась на 6 пп. и составляет по результатам третьей волны 16% (1 волна – 22%, 2 волна – 14%, 3 волна – 16%).



Рис. 3. Ожидания о дальнейшем ухудшении ситуации

До одного процента сократились группы респондентов, которые считают, что кризис закончится «через неделю две» или «это надолго». По результатам трёх волн самая большая группа респондентов (1 волна – 48%, 2 волна – 35%, третья волна – 41%) ожидает продолжительного ухудшения ситуации. По результатам третьей волны значительно увеличилась группа респондентов, которая считает, что «самое страшное позади»: с 14% по первой волне до 18% по второй и до 26% по третьей). Это вторая по численности группа в третьей волне. Группа «да, ожидаю ухудшения ситуации в ближайшее время» переместилась по итогам третьей волны на третье место и составляет 23% опрошенных (1 волна – 28%, 2 волна – 35%, третья волна – 23%).

Антикризисные меры, проводимые компаниями

По данным опроса ВЦИОМ и ИЦ АКАР, 44% процента компаний в марте уже были готовы к кризису и подготовили кризисный план. Чаще всего на сегодняшний момент компании оптимизируют накладные расходы (77%) или изменяют условия работы с заказчиком (66%).

Несколько вариантов ответа, в % от всех опрошенных.

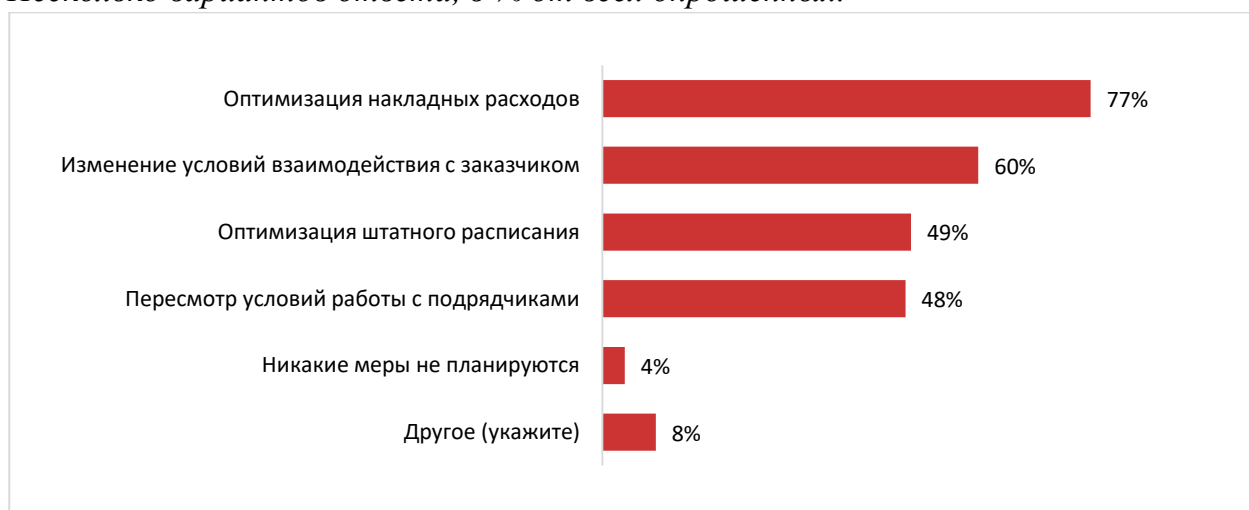


Рис. 4. Какие меры планируется использовать для защиты компании в период кризиса

Среди игроков рынка интерактивной рекламы самой популярной мерой, которую компании собираются принимать во время кризиса, является адаптация к текущим условиям и продолжение работы с новыми продуктами на рынке – мы видим стабильно высокий показатель ответов на этот вопрос на протяжении всех замеров.



Рис. 5. Меры, предпринимаемые при дальнейшем негативном развитии ситуации

В третьей волне исследования этот пункт отметили 63% респондентов. Более половины (54%) респондентов третьей волны исследования планируют снижать затраты за счёт ФОТ. Это на 4 процентных пункта ниже, чем во второй волне исследования и на 10 процентных пунктов выше, чем в первой. Плавно снижается доля респондентов, которые рассматривают релокацию на другие рынки как меру по борьбе с негативным развитием ситуации: 24% в первой волне исследования, 22% во второй волне, 21% в третьей волне. В три раза упала доля компаний, которые планируют закрываться. Во второй волне исследования таких компаний было 9%, в третьей волне только 3%. Обратимся к мерам борьбы с дебиторской и кредиторской задолженностями.

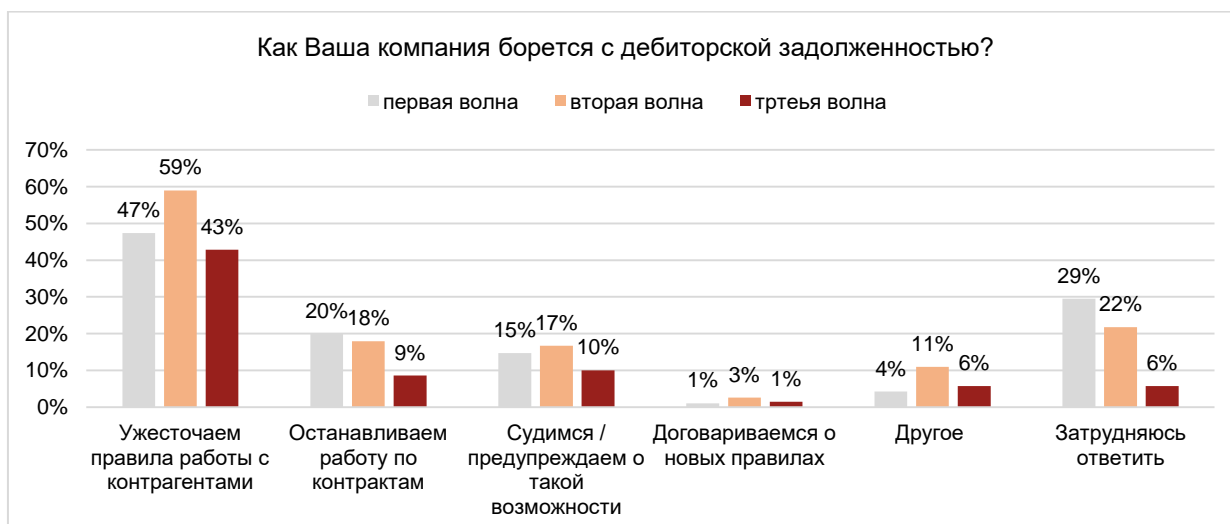


Рис. 6. Пути борьбы с дебиторской задолженностью

Самой распространённой мерой борьбы с дебиторской задолженностью остаётся ужесточение правил работы с контрагентами, однако доля тех, кто ужесточает правила работы с контрагентами, сократилась на 16 пп. по сравнению со второй волной, на 3 пп. по сравнению с первой, составив 43% в третьей волне исследования. Также заметно уменьшение количества ответивших о приостановке контрактов – во второй волне исследования на 2 пп. (18%), в третьей – в два раза (составив 9%). Также стало меньше тех, кто судится или предупреждает о такой возможности – 10% в третьей волне, что на 7 пп. меньше по сравнению со второй и на 5 пп. меньше по сравнению с первой.



Рис. 7. Какие меры предпринимают организации в сложившейся ситуации

В первую волну исследования большинство компаний (52%) не сокращали расходы. Во второй и третьей волнах доля таких компаний снизилась (26% во вторую волну и 30% в третью волну). Наиболее популярной мерой по снижению расходов в третьей волне является сокращение расходов за счёт снижения заработных плат – 36% компаний отметили такую меру. Второй по популярности мерой по снижению расходов среди участников третьей волны исследования является сокращение или прекращение работы по низко маржинальным контрактам. Доля таких респондентов повысилась на 7 процентных пунктов по сравнению с результатами второй волны и составила 33%.

Компании в целом ожидают поддержки со стороны государства и считают, что государственные меры могут помочь им справиться с последствиями кризиса. Опрос АКАР/ВЦИОМ показывает, что основной запрос на помощь со стороны государства – финансовая поддержка отрасли за счёт налоговых льгот – об этом заявили 78% респондентов. 55% компаний хотели бы распространения мер поддержки, предлагаемых для IT-отрасли на рынок коммуникационных услуг. 47% отметили, что возможной мерой поддержки могло бы стать увеличение государственного заказа на коммуникационные услуги. 40% компаний отрасли хотели бы изменения тендерных процедур в части противодействия демпингу.

График ответов на вопрос «Какую помощь может оказать государство вашей компании в период кризиса?»

Несколько вариантов ответа, в % от всех опрошенных.



Рис. 8. Формы оказания помощи государством в период кризиса

В первой (78%), второй (77%) и третьей (81%) волнах исследования игроки рынка интерактивной рекламы считают, что государство в нынешней ситуации должно предоставить налоговые льготы. Второй по популярности мерой у респондентов являются субсидии от государства. Однако доля респондентов, которые отмечают этот пункт, планомерно снижается от волны к волне – 61% в первую волну, 54% во вторую волну, 50% в третью волну исследования. Также более чем в три раза увеличилась доля тех, кто ожидает от государства смягчения требований закона о социальной рекламе. В третьей волне доля таких респондентов 14%.



Рис. 9. Возможные меры поддержки коммуникационному бизнесу

По сравнению со второй волной исследования, на 9 процентных пунктов увеличилась доля тех, кто считает необходимым введение льготного кредитования как меры поддержки коммуникационному бизнесу. В третьей волне доля таких респондентов – 30%.

Состояние рынка труда и кадровая политика компаний

После 24 февраля 2022 г. число активных вакансий начало резко снижаться, а число активных резюме, наоборот, резко расти [Краткий обзор ситуации на рынке труда...]. Часть компаний вошла в режим ожидания, начав приостанавливать наем новых сотрудников. Соискатели, напротив, активизировались, но пока мы только можем строить предположения о причинах такого поведения: это либо начавшиеся сокращения (или их предчувствие), либо мониторинг рынка в поисках вакансий в наиболее стабильных компаниях. Уровень конкуренции, hh.индекс (рассчитывается как соотношение вакансий (предложение) к резюме по ним (спрос) в связи с происходящим начал увеличиваться. Во второй половине 2021 г. он плавно снижался и до конца года не превышал значения 4. В начале 2022 г. он продолжал оставаться примерно на том же уровне, однако после 24 февраля (за последние 3 недели) начал расти, причём достаточно быстро и составил 4,8 пункта. Заметнее всего hh.индекс за последние 3 недели вырос в сферах страхования и юриспруденции. Среди регионов наибольшим ростом уровня конкуренции отличились Москва, Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область. Сфера «Госслужба, НКО» – единственная, где число активных вакансий начиная с 24 февраля постоянно растёт. Наиболее сильно спрос на сотрудников падает в сферах страхования и автобизнеса. Число активных резюме растёт. За период с 28.02–06.03 оно выросло на 2%, а с 21.02 –27.02 – на 8,3%. Сильнее всего рост заметен в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Ленинградской области, меньше всего – в регионах Северо-Кавказского федерального округа. Если смотреть на рост изменений, лидирующими сферами по приросту активных резюме являются сферы маркетинга и информационных технологий. По коммуникационному рынку ежедневно идут слухи о возможных уходах иностранных агентств, реструктуризациях, сокращениях и т. д. Однако в реальности серьёзных изменений в штате агентств пока нет. Передача управления бизнесом российским владельцам позволят иностранным компаниям сохранить своё реальное присутствие и продолжать работу на российском рынке. Эксперты на рынке говорят, что прошло ещё слишком мало времени, чтобы коммуникационные агентства смогли оценить реальное положение дел в отрасли. Есть только нехорошие косвенные признаки, которые выражаются в росте активных резюме и снижении активных вакансий. На одну активную вакансию на коммуникационном рынке отклик вырос в 5 раз, в количестве размещённых резюме (это примерно 1 000 резюме на вакансию). Можно говорить о повышенных ожиданиях увольнений в мае-июне 2022 года. Важным фактором, влияющим на текущую ситуацию, являются меры, которые уже были предприняты в связи с пандемией. В прошлом году 63% коммуникационных организаций уже перевели своих сотрудников на удалённый формат работы. Среди компаний, которые перевели свои сотрудников на удалённый формат работы, от 50 до 74% сотрудников. Также были сокращения анонсированы сокращения заработной платы, однако нет

данных о реальных всеобщих сокращениях, отдельные компании сократили зарплату не более 20%, но это не коснулось сотрудников среднего и высшего менеджмента. Только 1,5% компаний заявили, что уволили сотрудников, относящихся к топ-менеджменту. За 2021 год об увольнении сотрудников заявили 40% компаний. Среди компаний, которые заявили об увольнении части сотрудников, реальные увольнения составили примерно 10% штата. Наиболее часто под сокращение попадали низкоквалифицированные сотрудники – курьеры, помощники, бэк-офис, полевой персонал. Таким образом, отсутствие данных для прогнозирования, а также уже предпринятые меры в связи с пандемией сковывают действия руководства большинства компаний. Более чёткая картина будет ближе к лету 2022 года. Стоит отметить, что сокращение издержек на персонал, или на ФОТ – одна из основных антикризисных стратегий компаний. По данным совместного опроса ИЦ АКАР и ВЦИОМ, изменение функционала сотрудников собираются предпринимать 39% опрошенных, сокращать заработные платы – 36%, переходить к сокращению персонала – 34%. Рассмотрим особенности кадровой политики, которую проводят компании на рынке интерактивной рекламы.

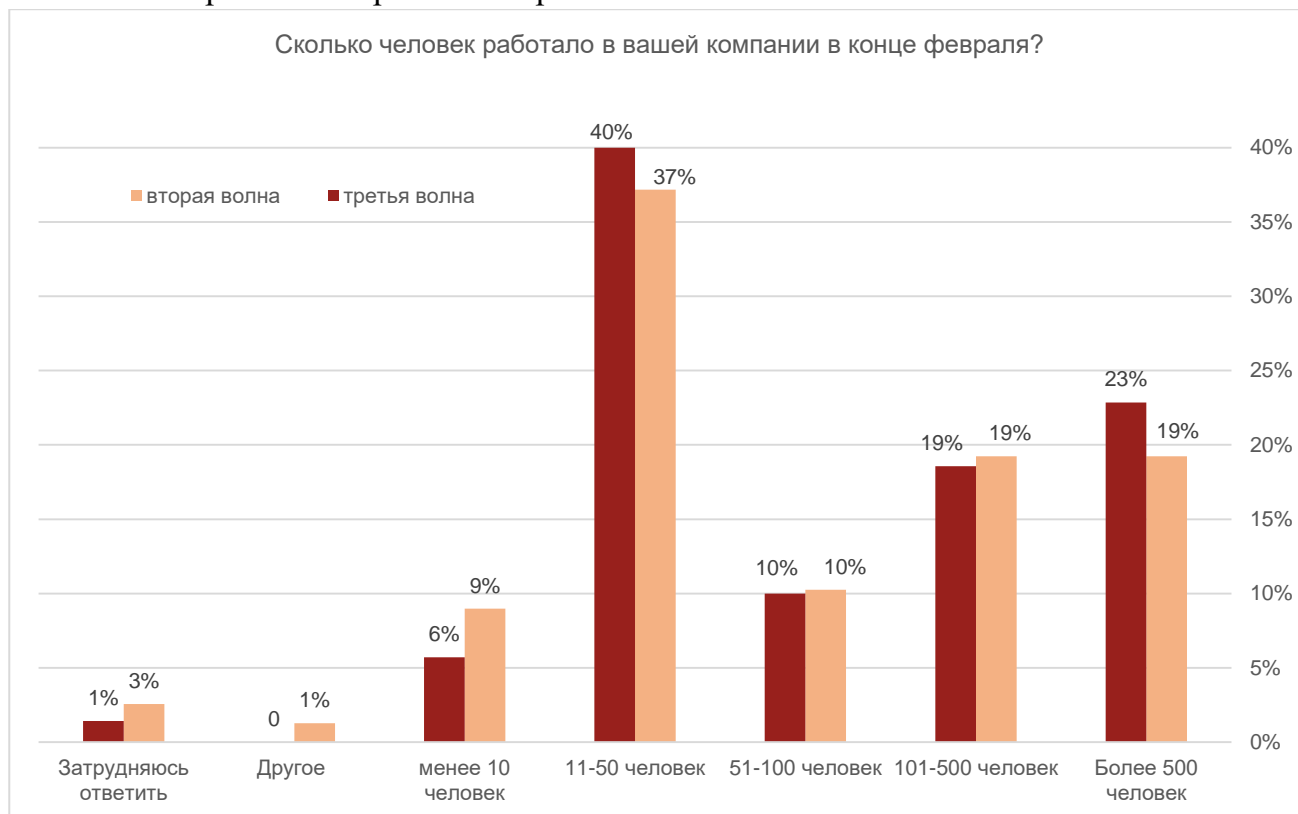


Рис. 10. Численность сотрудников компаний

Среди участников третьей волны исследования увеличилась доля компаний с большим штатом. На 4 процентных пункта увеличилась доля компаний со штатом более 500 человек. В третьей волне исследования доля таких компаний – 23%. 30% участников исследования третьей волны представляют компании со штатом 11–50 человек. Это на 3 процентных пункта выше, чем во второй волне исследования.

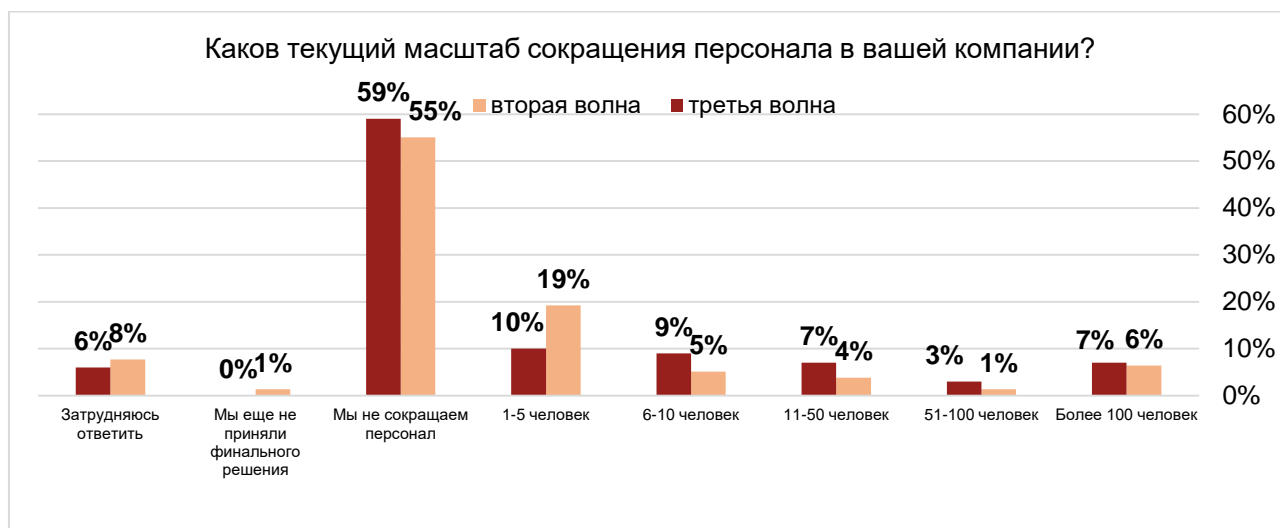


Рис. 11. Масштаб сокращения персонала

Наиболее популярным решением относительно штатной политики остаётся не сокращать персонал. Доля таких компаний увеличилась по сравнению со второй волной исследования – 55% во второй волне, 59% в третьей волне.

В третьей волне исследования значительно выросла доля респондентов, которые планируют сокращать 6 и более человек, доля компаний, которые сокращают от 1 до 5 сотрудников в третьей волне, снизилась (от 19% во второй волне до 10% в третьей волне).

Таким образом, на сегодняшний день можно говорить о том, что в сфере рекламы массовых и критичных сокращений на рынке труда не происходит. Наиболее распространены меры по сокращению финансов, а не сотрудников.

Заключение

Российский медиакоммуникационный рынок демонстрирует готовность адаптироваться к текущей экономической ситуации, что показывает проведённый нами анализ опросов представителей коммуникационных компаний.

- Оценки кризисных изменений. Пять сценариев развития ситуации в российской рекламе на фоне кризиса включают сокращение рынка в 2022 г. от 11% до 50%. Участники рынка интернет-рекламы консолидировались в оценке последствий украинского кризиса для отрасли. Теперь больше половины из них уверены, что падение в сегменте составит от 26% до 50%;

- Основные антикризисные меры касаются финансовых издержек, однако компании ожидают господдержки и готовы выпускать новые продукты на рынок, тем самым мы видим потенциал для адаптации к новым экономическим реалиям;

- Несмотря на турбулентность на рынке труда, мера по сокращению персонала не самая распространённая среди компаний – чаще всего оптимизация касается ФОТа, а не персонала;

- Доля умеренных оптимистов в третьей волне исследования интерактивной рекламы, спустя месяц после начала кризиса, приблизилась к значениям первой волны, и составила 27% – столько респондентов считают, что рынок может сократиться от 1 до 25%. Умеренный пессимизм разделяет почти половина ответивших представителей рынка интерактивной рекламы – 47% полагают, что сокращения рынка следует ожидать в пределах 26–50%. Это на 9 п. п. меньше, чем в

предыдущий замер, когда тревожность и негативные оценки преобладали. Количество резко пессимистичных оценок сокращается – доля респондентов, которые считают, что рынок интерактивной рекламы упадет на 76–100%, уменьшилось: в первую волну так говорили 6% респондентов, во вторую 3%, сейчас такой ответ встречается среди 1% респондентов. Таким образом, игроки медиакommunikационного рынка консолидировались с оценками текущей ситуации и готовы адаптироваться к ситуации с минимальными потерями;

- Игроки медиакommunikационного рынка готовы сотрудничать с государством и ожидают от него поддержки – об этом свидетельствуют данные рассмотренных нами опросов. Во время кризиса, на наш взгляд, эффективной бы оказалась стратегия государственной поддержки рекламы в виде государственных заказов на цели патриотической агитации с использованием рекламных инструментов.

Список литературы

Влияние кризисной ситуации на рынок интерактивной рекламы. Результаты опроса профессионалов рынка 10–11 марта 2022 года. Первая волна; 23–24 марта 2022 года. Вторая волна; 05–06 апреля 2022 года. Третья волна // Iabrus : [сайт]. URL https://iabrus.ru/uploads/files/PDF/ARIR22_research_interactive_advertising.pdf; https://iabrus.ru/uploads/files/PDF/ARIR22_research_interactive_advertising_wave_2.pdf; https://iabrus.ru/uploads/files/PDF/ARIR22_research_interactive_advertising_wave_3.pdf. (дата обращения: 14.04.2022).

Голикова Д. А. Рынок рекламы в РФ в момент кризиса / Д. А. Голикова // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. 2016. № 29. С. 30–34.

Как менялась аудитория соцсетей после блокировок. Инфографика // RBC: 20 марта 2022 : [сайт]. URL: http://www.rbc.ru/technology_and_media/20/03/2022/62349dae9a7947e973dbb666 (дата обращения: 14.04.2022).

Ревилла М. Новое поколение онлайн-анкет? /М. Ревилла, К. Очоа, А. Турбина // Использование преимуществ интерактивного интернета. Онлайн исследования в России: тенденции и перспективы / Под ред. А. В. Шашкина, И. Ф. Девятко, С. Г. Давыдова. М. : Изд-во МИК, 2016. С. 133–160.

Состояние рынка коммуникаций в условиях санкций и текущих экономических реалий, Исследовательский Центр АКАР, ВЦИОМ, М. : Архив ИЦ АКАР 2022.

Бордюг Т. Упал – и сжался. Пять сценариев развития ситуации в российской рекламе // Adpass : [сайт]. 29.03.2022. URL: <http://adpass.ru/upal-i-szhalsya> (дата обращения: 15.04.2022).

Краткий обзор ситуации на рынке труда : 7–13 марта 2022 // Head Hunter : [сайт]. URL: <http://hh.ru> (дата обращения: 12.04.2022).

Iab Russia digital advertisers' barometer 2021 // iabrus : [сайт]. URL: http://iabrus.ru/uploads/files/PDF/IAB_Barometer_2022.pdf. (дата обращения: 12.04.2022).

I.com представил исследование о новой реальности социальных сетей // Adindex : [сайт]. URL: <http://adindex.ru/news/releases/2022/03/10/303202.html> (дата обращения: 12.04.2022).



Воеводина Екатерина Владимировна
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации,
Москва, Россия.
evvovodina@fa.ru

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РИСКИ ДОВЕРИЯ В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ³³

Аннотация. Объектом исследования является феномен доверия в трансформирующихся экономических отношениях цифрового социума и социальные механизмы его формирования. В статье анализируются факторы, оказывающие влияние на доверие. На основе анализа вторичных данных сделан вывод о взаимосвязи экономических условий и доверия, отражающих соответствующий тип культуры (культуры доверия или культуры цинизма).

Ключевые слова: доверие, риски доверия, культура доверия, социальные механизмы доверия, трансформирующиеся экономические отношения

Voevodina Ekaterina V.
Financial University under
the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia.
evvovodina@fa.ru

SOCIO-ECONOMIC RISKS OF TRUST IN THE DIGITAL SOCIETY³⁴

Abstract. The object of research is the phenomenon of trust in transforming economic relations and the social mechanisms of its formation. The article analyzes the factors influencing trust. Based on the analysis of secondary data, a conclusion was made of the relationship between economic relations and trust, reflecting the corresponding type of culture (culture of trust or culture of cynicism).

Keywords: trust, trust risks, a culture of trust, social mechanisms of trust, transforming economic relations

Исследование социальных механизмов формирования доверия приобретает особую значимость в связи с последними событиями в РФ – проведением специальной операции на Украине, последующей частичной мобилизацией населения, вхождением территорий Луганской и Донецкой народных республик в территориальный состав РФ. И эти события, и информационные компании вокруг них не могут не отразиться на социально-экономической сфере, ещё не успевшей до конца «отойти» от вызовов, связанных с пандемией коронавируса. В итоге формирование доверия сталкивается с глобальными и локальными вызовами, претерпевая ряд содержательных трансформаций [Тюриков, Зеленков, 2022: 26]. Ещё в начале лета 2022 г. Всемирный банк представил прогноз в отношении стран Европы и Центральной Азии, согласно которому ожидаются ухудшение показателей ВВП данных стран, нарастание бедности и социальной напряжённости, одна из причин которых видится в падении доверия как

³³Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета.

³⁴ The article is based on the results of research carried out under the State assignment to the Financial University.

потребителей, так предпринимателей [The World Bank, 2022]. При этом дискуссия о кризисе доверия ведётся социологами на протяжении многих лет в рамках различных подходов – от интегративной теории П. Штомпки до теории рационального выбора Дж. Коулмана.

Для обозначения кризиса доверия П. Штомпка применяет понятие «культуры цинизма». Среди основных маркеров её формирования выделяется «культура безразличия» и «культура манипуляций». И то, и другое мы можем наблюдать в современном социуме – от сферы рекламы до освещения политических событий в СМИ. В отличие от пропаганды, манипуляция реализуется скрытно, но и то, и другое направлено на изменение мнений, побуждений и ценностей индивидов. Как замечает С. Г. Кара-Мурза, манипуляция – продукт гражданского общества и представительной демократии [Кара-Мурза, 2005: 26]. Её технологии используются для достижения победы в конкурентной борьбе. При этом наличие огромного множества противоречивой (манипулятивной) информации, порождаемой противоборством экономических, политических и социальных сил, приводит к ценностному хаосу, и, как следствие, отсутствию крепкого «фундамента» социальных отношений. Каждый становится «потенциальным вором, пока не докажет обратного» [Ильин, 2013: 9], однако механизмы «доказательства невиновности» в таком обществе выглядят всё более расплывчато, что приводит к обострению «синдрома всеобщего недоверия».

Рассматривая риски и вызовы доверия в цифровом обществе, можно отметить ряд факторов – политического, культурного и экономического характера, обладающих тесной взаимосвязью. Так, нельзя не обойти стороной влияние глобалисткой культуры, способствующей «размыванию» идентичности, и эффекты «текущего общества», описанные З. Бауманом. Отрицательные последствия «глобалисткой культуры», проявляющиеся в экономике, по мнению Т. А. Гореловой, связаны с замещением традиционных ценностей глобальными симулякрами «сверхкапитализма» – денежным тоталитаризмом с присущим ему потребительским стилем жизни [Горелова, 2018: 77].

На формирование доверия в цифровом обществе также оказывает влияние замещение межличностных коммуникаций «лицом-к-лицу» опосредованными сетевыми формами взаимодействия. При этом, как было отмечено П. Бергером и Т. Лукманом, «...никакая другая форма социальной взаимосвязи не может с такой полнотой воспроизвести свойства субъективности, как ситуация лицом-к-лицу» [Бергер, Лукман, 1995: 22]. Интерсубъективные коммуникации, направленные на взаимопонимание акторов, подвергаются соответствующим вызовам цифровизации. Например, в результате замещения «реальных» социальных контактов виртуальными появляется отдельный вид страхов, связанных с невозможностью выстраивать социальные отношения в «реальной» жизни – *номофобия (nomophobia)*. «Номофобам» свойственна боязнь «выпадения» из виртуальной жизни – социальных сетей и мессенджеров, в связи с чем номофобию можно расценивать как один из FOMO-эффектов. Становится очевидным, что цифровизация несёт в себе социально-психологические риски, требующие разработки нового исследовательского инструментария.

Поскольку виртуальная жизнь становится всё более насыщенной, социальные механизмы формирования доверия теперь охватывают и цифровой мир. Так, сильное

влияние на доверие экономических акторов оказывает *сетевая репутация*, которая формируется посредством отзывов пользователей на профильных платформах и сообществах. Такая репутация, в отличие от «традиционной» репутации off-line, формирующейся длительное время, является более гибкой (моделируемой) и одновременно более уязвимой. Негативная новость, пользовательский опыт или неудачный рекламный продукт могут значительно подорвать доверие потребителей и партнёров. Так было с контентом Reebok «Пересядь с иглы мужского одобрения на мужское лицо» и материалом «ВкусВилл», использующим образ ЛГБТ-семьи. Напомним, что в обоих случаях реклама подверглась острой критике и нанесла репутационные и экономические потери, что подтверждалось официальными представителями компаний. Хотя некоторые специалисты связывают эти кейсы с «чёрным пиаром», мы склонны считать, что «хейт» в сети действительно оказал негативное влияние на доверие компаниям.

Сетевая репутация становится важным капиталом – её изучают, формируют, оберегают. Платформы, содержащие пользовательский опыт, такие как «Отзовик», «IRecommend», «Яндекс отзывы» и др., изначально создавались для обмена мнениями потребителей и оказывали влияние на доверие к обозреваемой в них продукции. При этом «заказные» отзывы, «отсеивание» негативного опыта в результате модерирования поставили под сомнение их предназначение. В связи с этим, по мнению Е. В. Левиной, важность приобретает изучение «платформенного доверия», связанного с открытостью пользователей к цифровым технологиям и искусственному интеллекту [Левина, 2022: 135] и самой информации, размещаемой на ресурсах.

Рассматривая социально-экономические риски доверия, было бы неправильно обойти стороной феномен обобщённого доверия населения, который включает восприятие «другого» в ситуации неполного знания о нём (или отсутствии такого знания вообще). Исследования World Values Survey проводят измерение такого доверия посредством массовых опросов по методике PAPI и SAPI. Основной вопрос, направленный на выявление этого показателя, сформулирован следующим образом: *«Говоря в целом, можете ли Вы сказать, что большинству людей можно доверять или, что нужно быть очень осторожным в общении с людьми?»* [World Values Survey Wave 7, 2022]. Анализируя данные опросов в части обобщённого доверия в период с 2017 по 2022 годы, можно заключить, что для РФ и других постсоветских стран это показатель довольно невысок. В 2022 году он составил 22,9% [World Values Survey Wave 7, 2022]. Похожая тенденция обнаружена и в других исследованиях, например, «Потребительское поведение через призму доверия и ответственности», проведённое Центром Ю. Левады [IQ HSE, 2022]. И в исследованиях World Values Survey, и в упомянутом опросе «Левады» эксперты приходят к выводу о тесной взаимосвязи доверия с социально-экономической обстановкой. Так, отрицательная динамика, по данным World Values Survey, наблюдается ещё с «постперестроечных» времён – 1995 года.

О взаимосвязи доверия и социально-экономических условий может свидетельствовать тот факт, что в относительно стабильных и «растущих» социально-экономических системах наблюдаются наиболее высокие показатели доверия. Так, «лидером» в седьмой волне World Values Survey по уровню обобщённого доверия

населения является Китай (63,5%), скандинавские страны – Нидерланды (55,4%) и Новая Зеландия (56,6%) [World Values Survey Wave 7, 2022]. На основе этого выдвигается гипотеза о взаимосвязи уровня доверия и ВВП, а также общего благосостояния населения. В частности, в исследовании «Левады» отмечается такая связь: «...и адаптация [к жизни], и влияние с доверием связаны слабо, а вот с благосостоянием коррелируют» [IQ HSE, 2022]. Из этого можно сделать вывод, что влияние на доверие в РФ оказывают не только экономические потрясения и трансформации, но и специфика социального неравенства. В социальной структуре РФ с 90-х годов наблюдалась сильная поляризация, что было продемонстрировано в работах Т. И. Заславской, З. Т. Голенковой, В. В. Радаева и других авторов, и «отголоски» этого наблюдаются до сих пор.

В числе других факторов риска доверия можно назвать слабое развитие практик социального активизма. На связь этого фактора и доверия указывают такие исследователи, как К. Ньютон и А. Папакостас. Отмечается, что у «активистов» – людей вовлечённых в волонтерство и общественную деятельность, уровень межличностного и институционального доверия выше [Зборовский, 2020: 39]. Апостолис Папакостас придерживается подобного понимания при изложении идей, направленных на повышение доверия в социуме, в том числе – в качестве «противоядия» на фоне утраты доверия из-за коррупции [Папакостас, 2016: 146]. Папакостас видит необходимость развития различных форм социального участия в преодолении «недоверия» (через общественные организации, профессиональные союзы и т. д.).

Таким образом, доверие в современном обществе сопряжено с рядом рисков, вызванных социокультурными, цифровыми и, непосредственно, социально-экономическими факторами. Наличие факторов риска определяет тип модели общественных отношений в экономической сфере. Опираясь на концепт П. Штомпки, можно различить две таких модели (рис. 1):



Рис. 1. Факторы доверия и недоверия в экономических отношениях

1) общественные отношения с предпосылками к высокой «культуре доверия», в числе которых: высокий уровень ВВП, экономическая стабильность, развитая субъектность и гражданственность, интерсубъективность коммуникаций экономических акторов;

2) общественные отношения с предпосылками к «культуре цинизма», характеризующиеся противоположными условиями, ценностной дезориентацией и социальной поляризацией.

Исходя из вышеизложенного, краеугольным камнем в повышении доверия в условиях цифрового общества является создание благоприятных социально-экономических условий, реализация принципов открытого взаимодействия акторов. С другой стороны, риски доверия воспроизводятся на фоне противоречивой, манипулятивной информации, и этот вызов, по-видимому, ещё предстоит решить в рамках практических задач по формированию сетевой репутации и критического анализа.

Список литературы

Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. М. : Медиум, 1995. 323 с. ISBN 5-85691-036-2.

Горелова Т. А. Цинизм как способ существования глобалистской культуры / Т. А. Горелова // Знание. Понимание. Умение. 2018. № 1. С. 65–82.

Доверие как фундаментальная проблема российского высшего образования: монография / Под ред. Г. Е. Зборовского. Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2020. 382 с. ISBN 978-5-7741-0394-2.

Зеленков М. Ю. Модель вызовов доверию в современной Российской Федерации / М. Ю. Зеленков, А. Г. Тюриков. Социодинамика. 2022. № 2. С. 26–43. DOI 10.25136/2409-7144.2022.2.37600.

Ильин Е. П. Психология доверия / Е. П. Ильин. СПб : Питер, 2013. 288 с. ISBN 978-5-496-00017-8.

Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. М. : Эксмо, 2005. 832 с. ISBN 5-699-08331-6.

Левина Е. В. Доверие как потенциал развития экономических отношений в условиях цифровой трансформации экономики / Е. В. Левина // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2022. № 2. С. 135–145.

Папакостас А. Становление цивилизованной публичной сферы: недоверие, доверие и коррупция / А. Папакостас. М. : ВЦИОМ, 2016. 224 с. ISBN 978-5-9905-9709-9.

Страна недоверия: IQHSE // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»: [сайт]. 12 февраля 2013 г. URL: <https://iq.hse.ru/news/177670834.html> (дата обращения: 04.10.2022).

Global Economic Prospects: The World Bank. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/36519/9781464817601.pdf> (дата обращения: 01.08.2022).

World Values Survey Wave 7 (2017–2020) // World Values Survey : [сайт]. URL: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp> (дата обращения: 06.06.2022).



Грошева Любовь Игоревна

Тюменское высшее военно-инженерное командное училище
имени маршала инженерных войск А. И. Прошлякова,
Тюмень, Россия.
malivia@rambler.ru

МЕТОДЫ И МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЕ

Аннотация. В статье рассмотрена система формирования информационного пространства в виртуальной среде сети Интернет. Автором представлены данные исследования, отражающие проблемы вовлечения молодёжи в цифровой мир с учётом его целевых установок информирования и просвещения, выделены базовые манипулятивные механизмы, формирующие заданные установки и рефлексию относительно наиболее актуальных социальных фактов. Определены базовые механизмы и методики воздействия на целевую аудиторию в зависимости от тематического направления виртуального сообщества.

Ключевые слова: молодёжь, информационная политика, манипулятивные механизмы, массовое сознание, виртуальные коммуникации, управление общественным мнением, коллективное сознание

Grosheva Lyubov I.

Tyumen Higher Military Engineering Command School
named after Marshal of Engineering Troops A. I. Proshlyakov,
Tyumen, Russia.
malivia@rambler.ru

METHODS AND MECHANISMS FOR THE FORMATION OF INFORMATION SPACE IN A VIRTUAL ENVIRONMENT

Abstract. In the article the system of formation of the information space in the virtual environment of the Internet is considered. The author presents the data of the study, reflecting the problems of involving young people in the digital world, taking into account its target settings of information and education, and highlights the basic manipulative mechanisms that form the given settings and reflection on the most relevant social facts. The basic mechanisms and methods of influencing the target audience, depending on the thematic direction of the virtual community are determined.

Keywords: youth, information policy, manipulative mechanisms, mass consciousness, virtual communications, management of public opinion, collective consciousness

Виртуальное пространство в жизни современной молодёжи играет ведущую роль как в отношении индивидуальной самореализации, так и в сфере формирования круга общения и выбора интересов и хобби. В значительной мере социальные сети и мессенджеры стали ответом на изменение темпа современной жизни, интенсивность которого не позволяет реализовывать ряд целей в условиях взаимодействия классического формата. По мере модернизации профессиональной структуры занятости, сети Интернет становятся не только инструментом заработка и поддержания коммуникаций, но и формируют специфический стиль жизни, обуславливающий жизнь в непрерывном информационном потоке, где верификация данных невозможна ввиду естественных ограничений системы человеческого восприятия.

В значительной мере молодые люди вынуждены ограничиваться виртуальной средой, так как объём усвоения необходимой информации, количество поставленных задач при общей утомляемости организма депривируют установки на реализацию социально активной позиции в иных форматах взаимодействия. В то же время, исследователи отмечают, что востребованность Интернет-услуг и артефактов связана с общемировой тенденцией снижения доступности ряда благ, в особенности духовного плана [García-Mora, Mora-Rivera, 2021]. В категорию нереализованных потребностей молодых граждан при этом включается возможность путешествий, получение дополнительных навыков и образования, ознакомление с современными предметами искусства (фильмы, картины и пр.), а также приобретение предметов досугового функционала (книги, настольные игры и т. п.). Особенности развития мировой экономики показывают, что объём недоступных благ в офлайн системе будет увеличиваться в среднем на 10–20% в год (ввиду реализации системы защиты авторских прав, борьбы с пиратскими сервисами), в то время как виртуальная среда определяет кругозор аудитории посредством набора наиболее доступного контента [Семёнов, 2018: 110].

Вторая тенденция, характеризующая усиление влияния Интернет-среды, формируется ввиду стабильного расширения действия сетей, а также совершенствования технологий передачи данных. Возможности сетей в свою очередь стимулирует развитие тех сфер и направлений, которые могут занять свободные мощности, по этой причине актуализируется востребованность игрового контента, а также систем видеографического обучения.

Третья особенность развития виртуального пространства обусловлена практически безграничным кумулятивным потенциалом, накапливающим информацию о пользователях социальных сетей, фактологический материал о событиях жизни общества, но также фальсифицированный и вредоносный контент. Его количественные параметры депривируют возможности обычного пользователя произвести верификационную диагностику, что формирует новое пространство условного доверия, которое не только осознается людьми, но и принимается во внимание при принятии бытовых или управленческих решений. Также увеличение доли сомнительного контента снижает доступность объективной и практически полезной информации для населения, что косвенно ухудшает качество жизни в целом.

В значительной мере влияние цифрового мира ограничено характером деятельности пользователей. Опираясь на многочисленные исследования интернет-акторов, следует отметить наиболее значимые субъекты.

1. Интернет-серферы, ориентированные на поверхностное ознакомление с информацией для реализации досуговой составляющей бытовой рутины, не нацеленные на проверку и анализ информации и активное участие в жизни виртуальных сообществ.

2. Участники тематических групп и сообществ, находящиеся в виртуальном пространстве с целью обмена и реализации профессиональных знаний и навыков.

3. Экономические агенты, реализующие сбор и накопление целевой аудитории для потенциального увеличения продаж и степени популярности тематических объединений, сайтов.

4. Профессиональные коммуникаторы, нацеленные на реализацию потребности в общении и самовыражении в процессе дискуссионных прений, либо сотрудники по найму, привлечённые для активизации целевой аудитории сообществ.

5. Интернет-агрессоры, ориентированные на реализацию различных форм подавления участников виртуальной коммуникации (буллинг, шейминг и пр.), которые могут проявлять активность как ввиду монетизации усилий, так и по причине личных установок, девиантного поведения [Васенина, Прончев, 2018: 9].

6. Провокаторы и субъекты социально-политической ориентации, целью которых выступает активизация и побуждение людей к определённым действиям, столкновению интересов и разжиганию ненависти по различным принципиальным аспектам (национальная принадлежность, гендерная идентификация, поколенческие различия и пр.).

7. Просветители, позиционирующие себя в качестве экспертов в определённых областях либо в широком диапазоне знаний. В данной группе участников следует разделить на две подкатегории: действительных аккредитованных специалистов (имеющих опыт работы в выбранной тематике и/или учёную степень) и академических «симулянтов» (создающих видимость широких знаний благодаря применению манипулятивных приёмов воздействия).

Таким образом, среди представленных акторов выделяется минимум четыре активных категории пользователей, непосредственно участвующих в формировании информационного поля посредством применения различных инструментов и механизмов. Выявление указанных механизмов имеет значительный потенциал в формировании общественного мнения, воспитании молодёжи, а также в реализации диагностики социального благополучия. По этой причине, изучение наиболее эффективных механизмов воздействия, имеющих наибольший отклик у молодёжи, актуализировано для современных общественных организаций и представителей департаментов, занятых проблемами развития молодёжи.

С целью определения наиболее актуальных механизмов и методов формирования интернет-пространства, востребованных у молодёжи, автором в декабре 2021 г. – сентябре 2022 г. было проведено исследование методом фокус-групп (N=42 группы), в котором приняли участие молодые люди в возрасте 18–35 лет, вовлечённые в виртуальное пространство различного рода более, чем 4 часа в сутки на ежедневной основе. В ходе отбора соблюдался паритет представителей мужской и женской аудитории, а также равное соотношение учащейся (18–24 года) и профессионально занятой (25–35 лет) молодёжи.

Учитывая многомерность виртуальной среды как феномена, необходимо рассматривать неоднородность её структуры и целевого ориентирования, что позволяет выделить несколько функциональных комплексов.

Молодыми людьми сети Интернет рассматриваются в первую очередь в разрезе инструментального механизма коммуникации. Таким образом, в его среде реализовано интимное, бытовое, дружеское и профессиональное общение. Так как физическое разграничение каналов зачастую отсутствует, ввиду использования одних и тех же платформ для разных целей общения, молодые люди отмечают, что коммуникативный процесс имеет тенденцию к смешению содержательных характеристик и сращиванию профессиональной и других видов деятельности. Участники фокус-групп отметили,

что, с одной стороны, по мере взросления индивида сужение коммуникативной среды естественно, с другой – чрезмерное сращивание деловых, дружеских и иных контактов затрудняет объективный подход к организации собственной жизни. Данный факт также подтверждается результатами массовых опросов. Согласно данным анкетного опроса, проведённого под эгидой Российского общества социологов (n=12340 человек), взаимодействие внутри семьи также в значительной мере дистанцировано: в 81,1% случаях люди могут позволить себе дистанционный обмен информацией посредством сообщений или звонков; следует отметить, что среди старшего поколения данный показатель возрастает до 90%. Таким образом, одним из наиболее востребованных форматов виртуальной среды молодые люди рассматривают семейные и дружеские коммуникативные площадки. Небольшие закрытые сообщества в социальных сетях, закрытые группы в мессенджерах формируют аналог первичной социальной группы, где информация воспринимается наименее критично. Соответственно, вся информация, ретранслируемая из других массовых источников, в данных объединениях воспринимается наиболее эффективно.

Также значимой средой конструирования виртуальной среды, по мнению молодёжи, выступают профессиональные группы, сообщества и чаты, создаваемые в рамках трудовых коллективов, гильдий или иных специализированных объединений. Условность временных границ удалённой работы, в свою очередь, приводит к полному поглощению жизни трудовым процессом. По этой причине респонденты, с одной стороны, определяют высокий уровень утомления профессиональными аспектами жизни, но, с другой – уровень запоминаемости информации, полученной в рамках таких сообществ, характеризуется наибольшей рефлексией. К этой группе молодёжь относит и сообщества социальной направленности: благотворительные объединения, группы ТСЖ, родительские чаты и пр. На 10 постов в профессиональных сообществах приходится 7 содержательных блоков с высоким уровнем усвоения и запоминания. Таким образом, внедрение специфического контента в подобные сообщества имеет достаточно высокую продуктивность. Молодые люди отмечали, что за последние полгода они не менее пяти раз сталкивались с появлением в подобных чатах постов и позиций, связанных с геополитическими аспектами жизни общества, при этом их подробности они смогли описать достаточно детализированно.

Касательно системы массового информирования молодые люди в большей степени оценивали эффективность конкретных приёмов и методов, нежели его инструментальный характер в целом. Участники высказали предположение, что группы массового информирования (Пикабу, Лентач, Хорошие новости и пр.) рассматриваются скорее как развлекательный контент, который не воспринимается в качестве источника объективных данных. В то же время, наиболее эффективным методом воздействия молодые люди отметили многократные повторы схожей по тематике информации, которые реализовались либо в рамках одного объединения (два раза в неделю – по вторникам и четвергам), либо в рамках разных объединений посредством вирусного распространения контента с частичной его модификацией (добавление других изображений или текстового дополнения).

Отдельным методом конструирования виртуальной среды молодые люди назвали «мемификацию» коммуникативного пространства. Следует учитывать тот факт, что этот подход не выступает в качестве универсального инструмента. Молодые люди склонны запоминать и усваивать мемы определённого содержания и

графического оформления (чёткость линий, наличие главного объекта в центре композиции на уровне глаз, включение известных персонажей и пр.). Вторым аспектом привлечения внимания является количество репостов и отметок симпатии (лайков), которые являются видимым показателем актуальности данных. Каждый второй участник исследования отмечал, что периодически способствовал распространению (репосты) мем-контента, не понимая его содержания, но оценивая его востребованность у других представителей сообществ, либо качество его графического исполнения.

Эффективным методом привлечения внимания молодые люди посчитали провокативные методы, реализуемые посредством системы комментариев. Более половины участников отметили, что наиболее популярные (позиционируемые вверху панели обсуждения) комментарии, как правило, содержат в себе вызов, побуждение или разоблачение обсуждаемого поста, чем вызывают к нему больший интерес, чем непосредственно представленный контент. При этом опрошенные отмечали появление некоторой степени информационной зависимости от комментариев, если затронутая тема имела субъективный интерес (относилась к прошлому полученному опыту или перспективам развития).

Таким образом, актуализация и распространение контента обусловлено рядом факторов, формирующих у молодёжи повышенный спрос на информацию. Рассматривая наиболее эффективные социальные группы воздействия, исследование позволило определить профессионально ориентированные объединения, значимость для жизни которых позволяет транслировать сторонний контент с максимальной долей эффективности при строгом сегментировании включения сторонних данных. Усвоение материала в рамках каналов массового информирования происходит по принципу оценки визуального качества контента, а также его популярности у анонимной аудитории. При этом пользователи не уделяют времени оценке структуры отметок и присутствию в группах аккаунтов искусственной модерации. Исходя из представленной информации, следует диагностировать высокую вероятность восприятия манипулятивных приёмов в рамках представленного комплекса методов и инструментов формирования виртуальной среды. Скрытое управление данными процессами и включение в процесс социально активных людей имеет высокую вероятность реализации эффективного социального контроля и мониторинга виртуального пространства.

Список литературы

Васенина И. В. Виртуальные социальные среды как инструмент мотивации молодёжи к общественно-политической деятельности / И. В. Васенина, Г. Б. Прончев // Социодинамика. 2018. № 4. С. 1–11.

Семёнов М. Ю. Виртуальная конкурентоспособность: оценка молодёжи / М. Ю. Семёнов // Образование и наука. 2018. № 20 (3). С. 100–116.

Garcia-Mora F. Exploring the impacts of Internet access on poverty: A regional analysis of rural Mexico / F. Garcia-Mora, J. Mora-Rivera // RESEARCHGATE : [сайт]. URL:

https://www.researchgate.net/publication/350469475_Exploring_the_impacts_of_Internet_access_on_poverty_A_regional_analysis_of_rural_Mexico (дата обращения: 02.10.2022).



Зотов Виталий Владимирович
Московский физико-технический институт
(национальный исследовательский университет),
Москва, Россия.
om_zotova@mail.ru

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В УСЛОВИЯХ СОЦИОТЕХНИЧЕСКОЙ КОНВЕРГЕНЦИИ³⁵

Аннотация. Объектом исследования выступает социальная коммуникация в условиях социотехнической конвергенции. В статье на основе ретроспективного анализа основных этапов информатизации (компьютеризации, интернетизации, сетевизации и цифровизации) показаны основные тенденции трансформации социальных коммуникаций. Автор приходит к выводу, что особенностью социальной коммуникации в условиях социотехнической конвергенции становится появление нового коммуниканта в лице агентов искусственного интеллекта, а также её осуществления в условиях алгоритмического управления информационно-коммуникационной средой.

Ключевые слова: цифровые платформы, социотехническая конвергенция, социальная коммуникация, техносубъекты

Zotov Vitaly V.
Moscow Institute of Physics and Technology
(National Research University)
Moscow, Russia.
om_zotova@mail.ru

SOCIAL COMMUNICATIONS IN THE CONTEXT OF SOCIOTECHNICAL CONVERGENCE³⁶

Abstract. The object of the research is social communication in conditions of sociotechnical convergence. The article, based on a retrospective analysis of the main stages of informatization (computerization, internetization, networkization and digitalization), shows the main trends in the transformation of social communications. The author comes to the conclusion that a feature of social communication in the context of sociotechnical convergence is the emergence of a new communicant embodied in of artificial intelligence agents, as well as its implementation in the context of algorithmic governance of the information and communication environment.

Keywords: digital platforms, sociotechnical convergence, social communication, technosubjects

Традиционно социология рассматривается как наука о закономерностях, складывающихся в процессе взаимодействия людей друг с другом. То есть социология изучает 1) явление взаимодействия людей друг с другом и 2) явления, возникающие из этого процесса взаимодействия. Ключевым элементом здесь выступает социальное взаимодействие как совокупность социальных действий, то есть действий индивида непосредственно или опосредованно ориентированное на Другого (как правило, человека). Причём эти другие могут быть как единичными представителями, так и обществом в целом, как реально существующими, так и абстрактными. Но неизменно речь идёт о социальном акторе как самостоятельном участнике процесса социального

³⁵ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00694.

³⁶ The reported study was funded by RFBR according to the research project No. 20-011-00694.

развития, трансформирующего социальную реальность исходя из собственных интересов, руководствующийся своими мотивами и имеющим определённый жизненный опыт.

В концепции немецкого социолога Н. Лумана основой общества становится коммуникация: никакое общество – без коммуникации, а никакая коммуникация неосуществима вне общества [Н. Луман, 2007]. Таким образом, социальное – это не что иное, как коммуникация. Обращение к коммуникационным процессам делает возможным постижение глубинных смыслов социальности, а на примере изменения в элементах коммуникационного процесса проследить эволюцию общества.

Современное общество, интенсивно обменивающееся информацией, есть продукт информатизации. При этом информатизация понимается предельно широко – как процесс повышения эффективности применения информации в обществе с помощью новых перспективных информационных, телекоммуникационных и цифровых технологий. Информатизация на сегодняшний день прошла стадии компьютеризации (внедрение вычислительной техники в сферы человеческой деятельности), интернетизации (интеграция компьютеров в единую всемирную компьютерную сеть), сетевизации (развитие социально-сетевых сообществ с самостоятельно воспроизводимым контентом) и вышла на стадию цифровизации (создание информационно-аналитических цифровых платформ) [Зотов, 2020].

Компьютеризация представляла собой широкое внедрение вычислительной техники в области профессиональной и повседневной деятельности человека. Она создала техническую базу, обеспечивающую оперативное получение информации, её накопление и обработку. Революция в работе с информацией и знаний ведёт к становлению постиндустриального общества, в котором на первое место выходит оказание услуг по большей части нематериального плана. При компьютеризации речь вначале шла об использовании вычислительной техники для решения отдельных социально-экономических задач общества, а затем и повышения удобства повседневного быта человека. Компьютер намного упрощает деятельность человека, оптимизирует и структурирует имеющуюся информацию, сокращает время её обработки, с лёгкостью справляясь с вычислительными операциями, облегчает контроль за информацией. Его влияние на процесс трансформации коммуникации было незначительным. Но во многом именно благодаря компьютеризации стали развиваться средства интерфейса как инструмента взаимодействия человека и машины. Но именно здесь намечается люфт между уровнем развития вычислительной техники и сформированности соответствующих компетенций человека, что породило опасность аутсайдерства, когда человек не находит своего места в обществе из-за неспособности перерабатывать большое количество информации или недостатка умений, навыков и знаний.

Надо признать, что именно развитие сети Интернета дало старт началу новой главе в истории коммуникации, сделав именно её (а не информацию) основой информационного общества. Интернетизация есть интеграция компьютеров в единую сеть, широкое использование предоставляемых интернет-сайтами возможностей для чтения и получения информации. В этом случае широкие коммуникативные возможности интернет-технологий позволили сформировать глобальное

информационное общество, ключевым элементом которого выступают опосредованные коммуникации. Коммуникация оказывается виртуальной, несвязанной с телесностью субъекта, «отрывается» от неё. Произошло снятие временных и пространственных ограничений на процесс виртуального общения, но преобладающим типом коммуникации становятся асинхронная коммуникация «многих со многими», которая представлена взаимодействием пользователя с ранее размещённым контентом. Скачок развития телекоммуникационных систем и появление мобильных технологий сформировали информационно-коммуникационную среду общества. Человеку индустриальной эпохи приходилось вычленять информационное сообщение из книг, газет и журналов, а человеку информационной эпохи достаточно войти в компьютерную сеть, чтобы получить требуемую в настоящий момент информацию. Проявились такие позитивные моменты, как доступность информации, высокая скорость её получения, преодоление временных, пространственных и языковых (культурных) барьеров. Приоритет стал отдаваться информационным сообщениям в компактном формате, чтобы затрачивать наименьшее количество времени на его обработку. При этом массив потребляемой информации только увеличился. И здесь проявились и отрицательные последствия, например, информационное перенасыщение, приводящее к информационным перегрузкам человека. Для коммуникации в таком обществе потребовалось наличие информационной компетентности, то есть наличие способности получать новые знания в информационно-коммуникационной среде в соответствии с возникающими потребностями в профессиональной и повседневной деятельности.

Сетевезация связана с процессом создания специализированных сайтов (электронных площадок), которые позволяют зарегистрированным на них пользователям самостоятельно размещать информацию и коммуницировать между собой, устанавливая социальные связи (взаимоотношения). Это позволяет говорить о «сетевом обществе» как «обществе, социальная структура которого выстраивается вокруг сетей» [Кастельс, 2016: 41]. Социальная сеть – это сервис, который позволяет пользователям самим наполнять ресурс интересующим их контентом, а в дальнейшем эту информацию распространять неограниченной группе лиц. Процессы, которые раньше занимали целые дни, например, обмен письменными сообщениями, теперь осуществляются мгновенно. Наблюдается синхронизация коммуникации по типу «многие со многими», то в то же время её опосредованность оставляет возможность в любой момент времени прекратить своё участие в актах коммуникации. Благодаря социальным сетям у людей стало гораздо больше возможностей установления и поддержания отношений, но желание общаться с себе подобными часто подталкивает к организации своего фрагмента в системе социальных коммуникаций, что ведёт к росту обособленности. Социальные сети виртуализировали информационно-коммуникационную среду, которая позволила людям изображать себя иначе, чем они есть на самом деле, то есть субъект коммуникации во многом стал анонимным, скрытым за ником и аватаром. Кроме того, от коммуниканта теперь требуется наличие коммуникативной компетенции как совокупностью навыков, умений и знаний о способах коммуникации в социально-сетевой среде, создание единого смыслового пространства, поддерживаемого определённым языком и правилами общения.

Цифровизация неразрывно связана с созданием цифровых платформ. Такая цифровая платформа есть *«система алгоритмизированных взаимоотношений значимого количества независимых участников определённой области деятельности, осуществляемой в единой информационной среде, что приводит к снижению транзакционных издержек за счёт применения пакета цифровых технологий работы с данными и изменения системы разделения труда»* [Цифровые платформы, 2018]. Такая платформа есть организованная система сетевого взаимодействия представителей заинтересованных сторон в рамках предметной сферы (например, государственные услуги, финансы, повседневное общение). Несомненно, цифровые сетевые платформы за счёт сетевого эффекта взаимоотношений между её пользователями обладают свойством синергетичности [Rochet, Tirole, 2003]. Отметим, что именно «цифровая платформа» становится основой современных платформенных исследований [Th. Apperley, J. Parikka, 2018; J.-Ch. Plantin, C. Lagoze, P. N. Edwards, Ch. Sandvig, 2018; Г. И. Зверева, 2019]. Коммерческие интернет-порталы и веб-службы (Яндекс, Сбер), социальные сети (ВКонтакте), государственные порталы и сервисы (Госуслуги) довольно быстро превращаются в платформы, использующие цифровые технологии, собирающие, агрегирующие и анализирующие без ведома своих пользователей персональные данные их цифровых профилей и информацию об осуществлённых ими он-лайн транзакций (цифровых следов) для последующего использования в своей деятельности. Дальнейшее их развитие связано с формированием цифровых экосистем [Авдокушин, 2021], системой пользователей, взаимодействующих, обменивающихся ресурсами и трансформирующих одни их виды в другие. Пользователи одновременно выступают конечными потребителями услуг платформы и поставщиками контента для неё.

Для понимания сущности трансформации социальных коммуникаций цифрового общества необходимо рассмотреть технико-технологическую составляющую цифровых сетевых платформы. Эти платформы получают информацию благодаря не только прямому её вводу человеком посредством мобильных или стационарных устройств, но и её получение со смарт-устройств и датчиков как самого человека, так и общественных пространств. Рассматривая цифровую платформу как социотехническую систему, следует обратить внимание, что пространство коммуникаций представлено совокупностью связей и отношений социальных и технических субъектов, конфигурируемых системами искусственного интеллекта. Поскольку в основе цифровых сетевых платформ лежит взаимодействие между людьми и техносубъектами, то анализ социальных коммуникаций в таких условиях должен осуществляться с учётом аспектов функционирования цифровых технологий и жизнедеятельности человека. Обозначить объединение возможностей человека и цифровых технологий в одной системе для более эффективного решения определённого класса задач можно при помощи понятия социотехнической конвергенции как коэволюции человека и техники [Зотов, Асеева, Буданов, 2021].

Анализ с позиций социотехнической конвергенции позволяет определить следующие ключевые элементы цифровой платформы: **цифровая инфраструктура**, **цифровые пользователи** и **цифровой интерфейс** [Зотов, Асеева, Буданов, 2021].

Рассмотрим роль каждого элемента цифровой платформы в трансформации системы социальной коммуникации.

Цифровой пользователь – это индивид, участвующий в функционировании цифровой платформы или использующий результаты её функционирования. Как правило, он должен пройти процедуру регистрации и последующую авторизацию для доступа к информационным ресурсам и функционалу платформы. Поэтому социальные коммуникации на цифровой платформе связаны не только с проблемами инфраструктуры и интерфейса, но и с подготовленностью пользователя, его цифровой компетентностью как совокупностью знаний, навыков и умений решения стоящих перед человеком задач при помощи цифровых сетевых платформ. Прогрессирующий люфт между уровнями развития цифровых технологий и сформированности цифровых компетенций человека усугубляет опасность цифровой маргинализации, проявляющейся в нарастании уровня социальной дезадаптации в условиях вытеснения на периферию социальной структуры.

Ввод и вывод данных обеспечивается благодаря **цифровому интерфейсу** как совокупности средств и правил, обеспечивающих взаимодействие пользователя и цифровой платформы посредством сети Интернет. Доступ в сеть Интернет эволюционировал от модемного для одного устройства к беспроводным сетям по технологии Wi-Fi с возможностью «выхода в Интернет» всем имеющимся стационарным и мобильным устройствам. В последние годы наблюдается экспоненциальный рост использования Интернета вещей (IoT) для передачи данных в сеть Интернет [Kumar, Tiwari, Zymbler, 2019]. А поскольку с 2008 года число подключённых гаджетов стало превышать количество людей, выходящих в интернет-пространство, то человек утратил доминирующие позиции в нём [Шилина, 2018: С. 62]. При этом часть из этих гаджетов можно рассматривать как техносубъектов, функционирующих при помощи алгоритмов искусственного интеллекта.

Благодаря цифровому интерфейсу продолжается виртуализация социальных коммуникаций: обращения в службу поддержки заменяется общением с виртуальными помощниками (чат-ботам). Хотя такие взаимодействия между человеком и агентами искусственного интеллекта получают всё большее распространение, они всё же остаются ограниченными по своим масштабам своего распространения. Но, тем не менее, индивид теперь имеет дело с изменением атрибутов социальности, поскольку наблюдается «перенесение значительной части социальных взаимодействий и отношений в виртуальное пространство, появление новых нечеловеческих субъектов взаимодействий» [Василенко, Мещерякова, 2021, С. 104]. В информационно-коммуникационной среде появляется гибридный тип взаимодействия акторов. Его новизна состоит в том, что индивид взаимодействует с цифровым интерфейсом платформ как субъектом коммуникации (техносубъектом).

Цифровая инфраструктура представляет собой совокупность организационных структур и комплекс информационно-телекоммуникационных и цифровых технологий, обеспечивающих вычислительные, телекоммуникационные и сетевые мощности платформы и построенных на её основе сервисов. Цифровая инфраструктура обеспечивает хранение больших данных и аналитическую обработку информации, поэтому её основа технологии «больших данных» и искусственного

интеллекта. При этом искусственный интеллект, изначально ориентированный на решение задач практического плана, становится посредником социальных взаимодействий [Резаев, Стариков, Трегубова, 2020]. Система социальной коммуникации становится не просто технически опосредованной, а целенаправленно формируемой на основе использования результатов анализа цифровых следов и профилей акторов и актантов. Благодаря системам искусственного интеллекта практически повсеместно укореняется алгоритмически управляемая коммуникация «многих со многими».

На цифровых сетевых платформах формируется искусственная социальность, которая предполагает участие агентов искусственного интеллекта в социальных взаимодействиях в качестве активных посредников или участников этих взаимодействий [Резаев, Стариков, Трегубова, 2020]. В основе новой социальной реальности лежит система коммуникаций, в которой, наряду с социальными акторами участвуют техносубъекты, а средой для взаимодействия является цифровая сетевая платформа, алгоритмически конфигурирующая их. И здесь, как справедливо пишут А. В. Резаев, Н. Д. Трегубова, «несмотря на наличие большого массива количественной и качественной информации об «отношениях» между человеком и машиной и о взаимодействии людей «через» машины, социологи мало занимаются данной проблематикой, отдавая её на откуп ... специалистам в области computer science» [Резаев, Трегубова, 2018].

Список литературы

Авдокушин Е. Ф. Формирование и развитие цифровых экосистем / Е. Ф. Авдокушин // Вопросы новой экономики. 2021. № 460. С. 4–12. DOI 10.52170/1994-0556_2021_60_4.

Василенко Л. А. Социология цифрового общества: монография / Л. А. Василенко, Н. Н. Мещерякова. Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2021. 226 с.

Зверева Г. И. Концепции «платформенного общества» в современных социокультурных исследованиях / Г. И. Зверева // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2019. № 8. С. 161–171. DOI 10.28995/2686-7249-2019-8-161-171.

Зотов В. В. Информационно-аналитические платформы как основа цифровизации общества / В. В. Зотов // Труды 63-й Всероссийской научной конференции МФТИ. Гуманитарные науки и педагогика. М. : МФТИ, 2020. С. 71–72.

Зотов В. В. Цифровая сетевая платформа: классификация опасностей социотехнической конвергенции / В. В. Зотов, И. А. Асеева, В. Г. Буданов // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2021. Т. 11, № 6. С. 243–259. DOI 10.21869/2223-1552-2021-11-6-243-259.

Кастельс М. Власть коммуникации / М. Кастельс. М. : Изд. дом ВШЭ. 2016. 564 с.

Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории / Н. Луман. СПб. : Наука, 2007. 648 с.

Резаев А. В. Готовы ли социологи к анализу «искусственной социальности»? Проблемы и перспективы исследований искусственного интеллекта в социальных науках / А. В. Резаев, Н. Д. Трегубов // Мониторинг общественного мнения:

Экономические и социальные перемены. 2018. № 5. С. 91–108.
DOI 10.14515/monitoring.2018.5.10.

Резаев А. В. Социология в эпоху «искусственной социальности»: поиск новых оснований / А. В. Резаев, В. С. Стариков, Н. Д. Трегубова // Социологические исследования. 2020. № 2 С. 3–12. DOI 10.31857/S013216250008489-0.

Цифровые платформы: подходы к определению и типизации (опубликовано 28.04.2018) // АНО «цифровая экономика» URL: https://files.data-economy.ru/digital_platforms.pdf (дата обращения: 01.10.2022).

Шилина М. Г. BIG DATA и цифровая датификация как техносциальный феномен. К вопросу формирования научно-теоретической рамки исследования / М. Г. Шилина // Социально-политические науки. 2018. № 4. С. 60–65.

Apperley Th. Platform studies epistemic threshold / Th. Apperley, J. Parikka // Games and Culture. 2018. Vol. 13, № 4. P. 349–369.

Plantin J.-Ch. Infrastructure studies meet Platform Studies in the age of Google and Facebook / J.-Ch. Plantin, C. Lagoze, P. N. Edwards, Ch. Sandvig // New Media and Society. 2018. Vol. 20, № 1. Pp. 293–310.

Rochet J. -C. Platform Competition in Two-Sided Markets / J. -C. Rochet, J. Tirole // Journal of the European Economic Association. 2003. Vol. 1, № 4. Pp. 990–1029.



Иванова Наталья Анатольевна
Московский государственный университет
имени М. В. Ломоносова,
Москва, Россия.
na.an.ivanova@ya.ru

ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СИСТЕМУ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. Выбор темы обусловлен значимостью применения искусственного интеллекта в различных областях человеческой деятельности, в том числе и в государственном управлении. Демонстрируются сферы использования искусственного интеллекта. Затронуты этические проблемы, вызываемые использованием искусственного интеллекта в государственном управлении, а также общие факторы организационного функционирования системы государственного управления, определяющие этические требования к использованию искусственного интеллекта. Акцентировано внимание на привлекательности внедрения и перспективах использования искусственного интеллекта в целях удовлетворения потребностей населения.

Ключевые слова: искусственный интеллект, государственное управление, этика искусственного интеллекта

Ivanova Natalia A.
Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russia.
na.an.ivanova@ya.ru

ETHICAL PROBLEMS OF INTRODUCING ARTIFICIAL INTELLIGENCE INTO THE PUBLIC MANAGEMENT SYSTEM

Abstract. The choice of topic is due to the importance of the use of artificial intelligence in various areas of human activity, including public administration. The spheres of the use of artificial intelligence are demonstrated. The ethical problems caused by the use of artificial intelligence in public administration, as well as the general factors of the organizational functioning of the public administration system, which determine the ethical requirements for the use of artificial intelligence, are touched upon. Attention is focused on the attractiveness of implementation and the prospects for the use of artificial intelligence in order to meet the needs of the population.

Keywords: artificial intelligence, public administration, ethics of artificial intelligence

В современном мире избежать нарастающего всплеска искусственного интеллекта просто невозможно. Отталкиваясь от реальности остроты воздействия глобальных вызовов, усложнения и ускорения темпов технологического развития и интеграции перед органами публичной власти, ставится задача полноформатной цифровой трансформации процессов государственного управления Российской Федерации с применением ряда инновационных механизмов циклической обработки и структуризации баз данных [Коданева, 2021: 131–139; Косоруков, 2019: 43–58].

Несомненными плюсами искусственного интеллекта являются: возможность получения точной информации, быстрая систематизация данных, упрощение жизни граждан и, соответственно, большой положительный эффект в обществе; улучшение

оказания государственных услуг, роботизация простых ручных задач, освобождение государственных служащих от рутинных проблем и т. д..

По данным ВЦИОМ, почти половина граждан Российской Федерации (48%) доверяют технологиям искусственного интеллекта [Искусственный интеллект..., 2021]. Искусственный интеллект и технологии алгоритмического принятия решений со временем принесут значительные выгоды для многих областей человеческой деятельности. Указанные технологические решения видятся привлекательными, поскольку их использование позволяет, с одной стороны, автоматизировать ряд процессов и сократить время на решение определённых задач, а, с другой, предоставляет возможность принятия решений на основе анализа массива данных, который человек не может исследовать самостоятельно ввиду их большого объёма [Russell, Norvig, 2009].

Повсеместное использование и развитие систем искусственного интеллекта показало, что помимо очевидной пользы от использования, общество сталкивается с рядом проблем. Одной из наиболее существенных является этика искусственного интеллекта. Особую значимость вопрос этики приобретает при внедрении алгоритмических технологий в сферу государственного управления.

Среди этических проблем, вызванных использованием искусственного интеллекта в сфере государственного управления, можно отметить следующие:

- обеспечение безопасности;
- защита конфиденциальности;
- неэтичное использование данных;
- проблемы, связанные с моральной дилеммой;
- дискриминация искусственным интеллектом;
- недоверие и др. [Вирц, Вейер, Гейер, 2018].

В нашей стране одним из примеров применения искусственного интеллекта в государственном управлении является его использование на сайте «Госуслуги», где имеется чат-бот «робот Макс», предоставляющий ответы на различный спектр вопросов в режиме онлайн. Также чат-бот имеется на портале mos.ru, и в 2020 году в онлайн-чат на данном портале поступило более 1,5 млн обращений, на 750 тыс. которых отвечал виртуальный помощник, что значительно разгрузило операторов, которые могли сосредоточиться на решении более сложных проблем, не решённых виртуальной консультацией [Ответ за считанные секунды...]. В дополнение следует отметить, что в Российской Федерации в области государственного управления зачастую используют системы поддержки принятия решений, представляющие из себя ИИ-мониторинг. К таким системам относятся «Умная страна», «Умный город», «Умная клиника» и др. Учитывая, что сегмент государственного управления в Российской Федерации – критически важная для страны отрасль функционирования, на её «службе» находятся различные решения, связанные с предупреждением, реагированием и ликвидацией компьютерных инцидентов. В целом парадигма внедрения искусственного интеллекта как в сфере государственного управления, так и в других секторах, обуславливается утверждённой Национальной стратегией развития искусственного интеллекта до 2030 года [Искусственный интеллект в госсекторе...].

Несмотря на то, что применение искусственного интеллекта в правительстве может повысить доверие граждан к его деятельности, это может подействовать и наоборот, снизив тем самым доверие к действиям и решениям правительства. Не все граждане одобряют подобные технологии из-за потенциальных этических вопросов в связи с использованием, а также отсутствием прозрачности в процессе принятия решения системами искусственного интеллекта. Более того, граждане выражают беспокойство о потенциальной потере рабочих мест из-за постоянного расширения спектра применения искусственного интеллекта. Однако в некоторых аспектах отношение к внедрению систем искусственного интеллекта в государственном управлении имеет положительный эффект. Например, опрошенные граждане назвали благоприятным использование искусственного интеллекта для таких задач, как расчёт налогов и оптимизация транспорта и трафика. Однако большинство не поддержало фактор применения искусственного интеллекта в системе правосудия (например, для определения вины в уголовных процессах на 37% больше опрошенных были «против», чем «за») [Россияне не хотят роботов-судей...].

В Российской Федерации имеется представление об этических требованиях к функционированию систем искусственного интеллекта, особенно в секторе государственного управления. В октябре 2021 года был подписан Кодекс этики искусственного интеллекта, в котором утверждены основные принципы внедрения искусственного интеллекта – прозрачность, правдивость, ответственность, надёжность, инклюзивность, беспристрастность, безопасность и конфиденциальность [Емельяненко, 2021].

Применяемые в системе государственного управления этические требования к использованию искусственного интеллекта должны определяться следующими общими факторами организационного функционирования:

– прозрачность (гарантия прозрачности систем искусственного интеллекта в своём функционировании за счёт механизмов отслеживания и адаптации этих механизмов для заинтересованных сторон);

– техническая надёжность и безопасность (обеспечение устойчивости и безопасности систем искусственного интеллекта с целью предоставления альтернатив при сбоях и угрозах для пользователей);

– разнообразие, отсутствие дискриминации и справедливость (избегание несправедливой предвзятости, в целях недопущения усиления дискриминации и предрассудков в отношении уязвимых групп);

– человеческая деятельность и надзор (расширение возможностей при помощи технологии искусственного интеллекта для обеспечения гражданских прав и принятия решений);

– конфиденциальность и управление данными (оснащение систем искусственного интеллекта достаточными механизмами по управлению данными);

– социальное и экологическое благополучие (обеспечение устойчивости и экологической «чистоты» систем искусственного интеллекта);

– подотчётность (внедрение механизмов для обеспечения ответственности и подотчётности систем искусственного интеллекта и их результатов принятия решений).

Аудит как форма оценки алгоритмов, данных и процессов проектирования составляет главную роль в вопросах государственного управления).

Привлекательность внедрения искусственного интеллекта в государственное управление очевидна. Искусственный интеллект всё больше и больше развивается, добавляются новые возможности, однако необходимо не забывать, что искусственный интеллект работает на людей и для людей, поэтому алгоритмы всегда должны отвечать потребностям людей.

Список литературы

Коданева С. И. Перспективы и риски внедрения искусственного интеллекта в государственном управлении / С. И. Коданева // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. серия 4: Государство и право. 2021. № 1. С. 131–139.

Косоруков А. А. Технологии искусственного интеллекта в современном государственном управлении / А. А. Косоруков // Социодинамика. 2019. № 5. С. 43–58.

Емельяненко В. В России подписан «Кодекс этики искусственного интеллекта» // Российская газета. 26.10.2021. URL: <https://rg.ru/2021/10/26/v-rossii-podpisan-kodeks-etiki-iskusstvennogo-intellekta.html> (дата обращения: 18.09.2022).

Искусственный интеллект: благо или угроза? // ВЦИОМ : [сайт]. 07 июля 2021 г. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/iskusstvennyi-intellekt-bлаго-ili-ugroza> (дата обращения: 25.09.2022).

Искусственный интеллект в госсекторе. Обзор кейсов 2021 // ECM-Journal : [сайт]. 15 июля 2021 г. URL: <https://ecm-journal.ru/material/Iskusstvennyj-intellekt-v-gossektore-Obzor-kejjsov-2021> (дата обращения: 18.09.2022).

Ответ за считанные секунды: как чат-бот на mos.ru помогает москвичам // Мэр Москвы : [сайт]. 26 февраля 2021 г. URL: <https://www.mos.ru/news/item/87062073/> (дата обращения: 18.09.2022).

Россияне не хотят роботов-судей // Коммерсантъ : [сайт]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3908841> (дата обращения: 18.09.2022).

Russell S. Artificial Intelligence: A Modern Approach, 3rd edition / S. Russell, P. Norvig/ Prentice Hall, 2009. DOI 10.1017/S0269888900007724.

Искусственный интеллект и государственный сектор – приложения и проблемы / Бернд В. Вирц, Ян С. Вейер, Кэролайн Гейер // Международный журнал государственного управления. 2018. Vol. 42, № 7. DOI 10.1080/01900692.2018.1498103.



Карпова Дарья Николаевна
МГИМО МИД России,
Москва, Россия.
d.n.karpova@yandex.ru

ЦИФРОВАЯ ПРАВДА И ЦИФРОВАЯ ЛОЖЬ В УСЛОВИЯХ НЕПРЕРЫВНОЙ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. Автор продолжает размышлять о природе новой формы коммуникации в современном цифровом обществе, которая в более ранних работах была определена как непрерывная онлайн-коммуникация. Показано, что неотъемлемые характеристики данной формы взаимодействия способствуют появлению больших данных, которые могут стать эмпирической основой для проведения глубинных исследований поведения и социальных установок людей. В данной работе предпринимается первая попытка поиска наблюдаемых единиц анализа цифровой реальности, а именно описание цифровой правды и цифровой лжи в интернете.

Ключевые слова: онлайн-коммуникация, киберсреда, цифровая правда, цифровая ложь, большие данные

Karpova Daria N.
Moscow Institute of International Relations,
Moscow, Russia.
d.n.karpova@yandex.ru

DIGITAL TROUTH AND DIGITAL LIE IN TERMS OF CONTINUOUS ONLINE- COMMUNICATION

Abstract. The author continues to reflect on the nature of a new form of communication in today's digital society. In earlier works it was defined as continuous online communication. In this paper it is shown that the inherent characteristics of this form of interaction contribute to the emergence of big data, which can become an empirical basis for conducting in-depth studies of the behavior and social attitudes of people. In this article, there was made the first attempt to search for observable units of analysis of digital reality, namely, the definition of digital truth and digital lie in the Internet.

Keywords: online communication, cyber environment, digital truth, digital lie, big data

Социальные учёные ещё задолго до появления привычного сегодня пользовательского интернета предрекали кардинальные изменения качественных характеристик социума под воздействием новых технологий. Одним из первых был американский социолог испанского происхождения М. Кастельс. Он в 1980-х годах пишет об изменившейся логике социальных структур индустриального модерна на сетевые информационные потоки [Castells, 2010: 27]. Кастельс описывает появление такой формы взаимодействия – массовой самокоммуникации, при которой явно прослеживается тренд на уход пользователя от традиционных средств массовой информации в сетевое онлайн-пространство. Принципиальная разница заключается в том, что в последнем случае пользователи способны самостоятельно выбирать, а главное генерировать информацию в интернете.

Примерно с начала 2015 года произошло ещё одно революционное событие в контексте смены привычных коммуникационных социальных практик: рост числа пользователей интернета прекратился за счёт стационарных его форм. Это означает,

что люди всё чаще стали использовать мобильный интернет, буквально выражаясь «на ходу». По данным международной аналитической компании в области исследования интернета Kerios, в России, по состоянию на январь 2022 года насчитывается 129,8 млн интернет-пользователей, интернетом пользуются 89% от общей численности населения. Однако в контексте данной работы главным для нас станет именно подсчёт мобильной аудитории. По состоянию на тот же период времени, аудитория мобильного интернета в России составила 91,3%³⁷.

Этим, по всей видимости, определившим себя на долгое время мобильным трендом, было обусловлено сформулированное авторское определение новой формы сетевого взаимодействия – непрерывная онлайн-коммуникация. Под ней будем понимать особую форму массовой самокоммуникации, включённой практически во все сферы социально-поведенческих практик индивидов, при которой наблюдается одновременность совершения множества сетевых интеракций, мгновенность и отлаженность во времени взаимодействия между коммуникантами, открытый доступ к личным данным индивидов и организаций, возможность осуществления коммуникации от чужого лица, отсутствие строгого нормативного регулирования, уравнивание социальных статусов [Карпова, 2016]. Была также предложена описательная модель данной формы коммуникации, которая включает в себя следующие элементы: 1) отправитель (коммуникатор), выступающий одновременно и получателем сообщения; 2) одновременное множество получателей (реципиентов) сообщения, также являющихся и отправителями; 3) разнонаправленные каналы передачи информации (электронная почта, социальные сети, блоги/ микроблоги, чаты и др.); 4) необязательное наличие эффективной и содержательной обратной связи; 5) уникальные возможности передачи дифференцированного сообщения (текст, видео, аудио, фото и проч.).

Главные наблюдаемые последствия массовизации такой формы коммуникации, укоренения характеристик и элементов модели в общественных практиках – это генерирование самими пользователями сети колоссального объёма данных. Стоит отметить, что социологи с большим интересом и поиском своих исследовательских выгод обратили внимание на big data, такие данные, которые появляются не в результате проведения опросов или интервью, а их создание опосредовано технологиями: мобильные телефоны, электронная почта, сервисы онлайн-банка, транзакции по кредитным картам, перемещение по сайтам, считывание бар-кодов, социальные сети – всеми технологиями, которые опосредуют человека и обеспечивают непрерывную онлайн-коммуникацию [Губа, 2018: 214].

С одной стороны, эти данные находятся в открытом доступе и могут быть обезличенно использованы в рамках научных проектов. С другой, учёным всё ещё недоступны истинно правдивые источники, которые пользователи сети оставляют в качестве, например, вводимых поисковых запросов. Монополия на владение и использование этих данных в руках компаний, владеющих поисковыми сервисами и платформами.

В западной социологии в 2009 году появился термин «вычислительная социальная наука» (computational social science), который используется для обозначения исследовательского поля, в рамках которого поведение человека

³⁷Официальный сайт Kerios URL:

https://datareportal.com/?utm_source=Kerios&utm_medium=Website_Hyperlink&utm_campaign=Services_Descripti on&utm_term=Link_01&utm_content=Reports_And_Content (дата обращения: 09.10.2022).

анализируется при помощи новых способов производства, обработки и методов анализа данных [Lazer, 2009]. Несколько позже, в 2015 году, определяется социологическая субдисциплина – цифровая социология, в фокусе внимания которой находятся исследования и теоретическое описание социологами того, как используются цифровые технологии и цифровые данные в современном обществе, а также вопросы о социологической практике и специфике проведения социологических исследований [Lupton, 2014]. Российские социологи кроме пересмотра методологических оснований в условиях цифрового общества, также видят необходимость в переориентации квалификационных требований при подготовке самих социологов. Вопрос о перспективах профессиональной практики в цифровой социологии получает освещение в большинстве работ этой области, а также находит практическую реализацию в её институционализации [Мещерякова, 2020]. В российском научном дискурсе можно встретить иное название направления цифровой социологии – бесконтактная социология – направление, при котором отпадает необходимость дорогостоящих традиционных форм исследований (интервью, фокус-группа), а возможно использовать агрегатор по формированию выборки, отбирая определённое количество мужчин и женщин, представителей разных поколений и регионов. А также выбирать людей по их интернет-активности, элиминируя слишком активных и пассивных, чтобы подвергать анализу среднестатистических [Крыштановская, 2018].

Однако и в этом подходе есть свои непреодолимые сложности. Первое объясняется главной содержательной характеристикой непрерывной онлайн-коммуникации как возможности осуществлять коммуникацию от другого лица. Второе, это намеренное искажение публикуемой информации о себе. Именно поэтому мы считаем необходимым предпринять попытку разведывательного обзора потенциально лживых и правдивых источников больших данных, которые могут стать основой для более глубокого социологического анализа. В данной работе мы будем на основе личного наблюдения и простейшего анализа выделять две группы проявлений цифровой правды и цифровой лжи (термины, предложенные аналитиком больших данных) [Стивенс-Давидовиц, 2018].

Индикаторы цифровой правды

1. *Поисковые запросы и просмотры в интернете.* На данный момент сложилось устойчивое отношение у большинства пользователей сети к поисковикам как анонимному средству поиска важной для себя информации. Если сравнивать с традиционными опросами, склонность давать, скажем, социально одобряемые ответы гораздо выше при традиционных опросах, чем при частном вводе запрашиваемой информации в сети;

2. *Клики по баннерам, фото или заголовкам.* Однако здесь стоит разделять действительно заинтересовавшую пользователя информацию от кликбейтных заголовков (броских, интригующих, манипулятивных);

3. *Выделения текста. Сохраненные фотографии или файлы.* Речь идёт о ситуациях чтения текстов и копирования особенно важных для пользователя фрагментов;

4. *Платные подписки и сервисы.* Сюда же можно отнести скачанные и часто используемые приложения;

5. *Корзины купленных товаров на маркетплейсах.* В этом случае необходимо дифференцировать данные, так как есть вероятность, что какие-то товары были приобретены для другого пользователя сети.

Индикаторы цифровой лжи

1. *Посты и оценивание других людей (лайки/ дизлайки) в социальных сетях.* Зачастую именно подобные действия пользователей в интернете определяются как неискренние в виду стремления к социально одобряемому поведению;

2. *Профили в социальных сетях и на сайтах знакомств.* Пользователи могут выдавать себя за других, изменять свою внешность, социально-демографические характеристики с целью более выгодного представления своего образа;

3. *Данный разведывательный обзор индикаторов цифровой правды и лжи не закончен.* Описанная форма непрерывной онлайн-коммуникации не предполагает устойчивых и неизменных элементов её структуры. Это подвижная среда, которая порождает новые источники данных, адекватных тому или иному исследованию. Бесспорно, бесконтактная социология уже показала свой аналитический потенциал: развиваются интернет-опросы, прогрессирует анализ активности людей в социальных сетях и на форумах. Однако выявленные индикаторы правды свидетельствуют о том, что гораздо больше о поведении и социальных установках людей мы сможем узнать, получив доступ к пока закрытым каналам и базам хранения данных.

Список литературы

Губа Е. Большие данные в социологии: новые данные, новая социология? / Е. Губа // Социологическое обозрение. 2018. Т. 17, № 1. С. 213–236.

Карпова Д. Н. Непрерывная онлайн-коммуникация: риски для детей и молодёжи / Д. Н. Карпова // V Всероссийский социологический конгресс – 2016. Социология и общество: социальное неравенство и социальная справедливость. М., 2016. С. 6152–6159.

Крыштановская О. В. Бесконтактная социология: новые формы исследований в цифровую эпоху / О. И. Крыштановская // Цифровая социология. 2018. Т. 1. № 1.

Мещерякова Н. Н. Методология познания цифрового общества / Н. Н. Мещерякова // Цифровая социология. 2020. Т. 3, № 2. С. 17–26.

Стивенс-Давидовиц С. Все лгут. Поисквики, Big Data и интернет знают о вас все. М. : Эксмо, 2018. 384 с.

Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture. Volume I: The Rise of the Network Society / M. Castells. Oxford : Wiley-Blackwell, 2010.

Computational Social Science. Social Science / D. Lazer, A. Pentland [et al.] // Science. 2009. Vol. 323, № 5915. Pp. 721–723.

Lupton D. Digital sociology. N.Y. : Routledge, 2014. 236 p.

All The Numbers You Need / Kepios : [сайт]. URL: https://datareportal.com/?utm_source=Kepios&utm_medium=Website_Hyperlink&utm_campaign=Services_Description&utm_term=Link_01&utm_content=Reports_And_Content (дата обращения: 09.10.2022).



Карпухин Олег Иванович
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
oi-karpuhin@mail.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ОРУЖИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ ПРОТИВ РОССИИ

Аннотация. Авторы статьи ставили задачу выделить и охарактеризовать главные факторы, лежащие в основе глобальных изменений в медиакommunikациях в РФ. Анализ большого количества новейших источников информации позволил сделать вывод, что социальные сети превратились в важнейшее звено инфраструктуры информационного пространства и один из главных инструментов стратегии и тактики уничтожения России как государства и российской цивилизации в целом. Поэтому перед научным сообществом и, главное, перед политической властью стоит важнейшая проблема противодействия агрессивной информационно-сетевой экспансии Запада.

Ключевые слова: нематериальное культурное наследие, экологические ценности, мордовская культура, нормы, традиции

Karpukhin Oleg I.
Institute of Sociology of FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
oi-karpuhin@mail.ru

SOCIAL NETWORKS AS A WEAPON OF INFORMATION WAR AGAINST RUSSIA

Abstract. The author of the article set the task to identify and characterize the main factors underlying global changes in media communications in the Russian Federation. Analysis of a large number of new sources of information allowed us to conclude that social networks have become the most important link in the infrastructure of the information space and one of the main tools of strategy and tactics for the destruction of Russia as a state and Russian civilization as a whole. Therefore, the scientific community and, most importantly, the political authorities face the most important problem of countering the aggressive information and network expansion of the West.

Keywords: Intangible cultural heritage, ecological values, Mordovian culture, norms, traditions

Социальные сети и сервисы (socials) стали основой для формирования нового социального мира, в котором контент social, его создание, подача, дистрибуция и анализ являются лишь небольшой частью новых социокультурных и медиакommunikационных отношений.

Социальные сети как кровеносная система Нового социального мира, навязываемого человечеству, сумели сконцентрировать в себе все, что необходимо человеку для жизни: электронная коммерция (e-commerce), позволяющая осуществлять онлайн покупки любых товаров; поиск работы, который невозможен, например, в США, без специализированной социальной сети LinkedIn; доставка продуктов, медицина, страхование, банковское обслуживание, другие сервисы о всех отраслях экономики, а также сверхмощный, разнородный, высококачественный

энтертейнмент, который всё зримее обретает черты и создаёт особый вариант субкультуры – сетевую культуру.

Этот новый вид масскульта – не только развлекательный контент, это глобальный и доступный для большинства пользователей любого социально-демографического и потребительского уровня развлекательный мир, в котором происходит разработка, производство, доставка и продвижение развлекательного контента потребителям, прежде всего в видео, фото, аудио, текстах, а также в игровом формате. Это тысячи сетевых игр, миллионы видеороликов, музыка на любой вкус, фильмы, мультфильмы, документальное и авторское кино, тысячи стриминговых сервисов, включая YouTube и телеграм-каналы. Развлекательный мир сегодня существует и переплетается в онлайн и в офлайн, чаще всего в виде различных развлекательных мероприятий, включая сетевые игры, викторины, шоу, квесты, sport gaming, игровые соревнования и т. д.

Именно эта панмедиальная экспансия определяет ныне характер становления нового общественного сознания и распространения «мозаичной культуры», в которой, как отмечал А. Моль, «знания формируются в основном не системой образования, а средствами массовой коммуникации» [Моль, 2007: 45]. Однако новая социальная реальность показывает, что речь идёт теперь не только о знаниях, духовно-нравственных ценностях, эстетических вкусах, оценках справедливости и несправедливости, добра и зла, правды и неправды, истины и лжи, но и о психологических установках на восприятие всего многообразия мира. Создатели и, практически, монопольные владельцы этого технологического чуда превратили социальные сети и сервисы в информационное оружие, которое служит целям уничтожения соперников на геополитическом пространстве.

Мгновенно распространяющаяся в социальных сетях информация создаёт устойчивую установку восприятия любых событий, формирует политические установки, отношение к происходящему в мире и, в конце концов, политическое поведение огромных масс людей и политическую реальность в целом. Хорошим примером такой эффективности новых социальных медиа являются выборы в США. С помощью новейших цифровых технологий, на основе детального таргетинга и рекомендательных механизмов, строятся все последние президентские выборы, в которых побеждает тот, кто победил в социальных сетях.

Прежде всего, молодые люди считают интернет, а в нём социальные сети и сервисы, своей основной площадкой самоутверждения и самореализации. Уже подросли поколения, которые не мыслят своё существование без социальных сетей и сервисов – в отличие от представителей старших поколений, которые не мыслят свой образ жизни без телевидения, без книги или радио. Телевидение продолжает активно работать на старшие возрастные группы, но они менее активны и более консервативны в своих действиях и возможностях. Чтение книг и регулярное радиослушание постепенно маргинализируется, образуя устойчивые целевые группы, например, любителей слушать радио в автомобиле. Но и эти группы, также как и старшие возрастные группы, после пандемии коронавируса значительно увеличили количество активных пользователей социальных сетей и сервисов. Это общемировая тенденция, и

Россия входит в десятку стран по максимальному проникновению социальных сетей в домохозяйства, а также по самой низкой стоимости Интернета.

Ещё в начале 2000-х гг. в нашей стране компьютер и Интернет были далеко не распространённым явлением. В 2011 г. почти половина (48%) опрошенных ВЦИОМ не пользовались Интернетом ни в каком качестве. В 2020 г. число «не охваченных» Интернетом снизилось до 17%. Сегодня социальные сети и сервисы охватывают уже 95% домохозяйств РФ. Практически всё население страны находится в социальных сетях. Больше 80% наших граждан посещают социальные сети и сервисы несколько раз в день. Столько же – 80% населения России в возрасте старше 12 лет имеет ныне регистрацию в социальных медиа. «Уровень проникновения Интернета в российское общество составляет 90%, степень сетевого охвата превышает 90%». [Васильев, 2021].

По данным Hootsuite, в 2021 году 17 самых крупных социальных сетей и сервисов обладали совокупной аудиторией в почти 17 млрд человек. Общее количество открытых и действующих эккаунтов в 2,5 раза превышает население Земли, что превращает современные столкновения и кризисы в войну не за «очаги и алтари», как было раньше, а за эккаунты.

Социальные сети и сервисы предоставляют пользователям технические возможности по удобному и быстрому просмотру беспрецедентного количества видеоконтента. Они работают на очень высоких скоростях, в среднем каждые пять минут появляется новый контент-пост с фотографией или видеоролик с описанием показанного в видео с точки зрения позиции, которую занимает социальная сеть, блог или телеграм-канал. Больше 20% одних и тех же фотографий и видео публикуется разными сторонами с противоположным описанием, потому что аудитория легко потребляет контент, особо не задумываясь, это правда или фейк.

Для активной современной аудитории важен непрерывный скроллинг – постоянный поток контента. Это является важным мотивирующим фактором современного потребления информации. Особенно с учётом того, что социальные сети и сервисы предоставляют постоянно новый контент. Анализ данных, проверка, использование и хранение информации – эти структурные составляющие соцсетей не столь важны для их функционирования. Главным уже давно стал стриминговый видеоконтент – непрерывный ряд коротких видеороликов, на основе которого строится весь визуальный ряд. Это и есть контент, который создаётся профессионалами под определённые (целевые) аудитории в огромном количестве. Если мы хотим изменить информационный фон в свою пользу, мы должны создавать тысячи видеороликов каждый день. При этом этот контент должен строиться на чётких и понятных установках, доступных для понимания большинства граждан: что, где, зачем, почему, как долго, что в итоге. Необходимо производить как минимум 1 пост в течение 5 минут (картинка плюс описание) – то есть 12 постов в час, 120 постов за 10 часов для каждого информационного носителя, с которым работает центр производства контента.

Социальные сети и сервисы являются эффективными носителями и передатчиками любой информации, формируют отдельные группы по специализированной информации, активно ею обмениваются и обсуждают. Высокий уровень доверия в социальных сетях сформировался на основе высокого личного доверия пользователей друг к другу, а также вследствие навязываемой социальными

сетями доктрины «открытости» любой информации. То есть в сети бытует мнение, что любую информацию можно легко и быстро проверить. Это далеко не так, но эту иллюзию разделяет большинство пользователей. Нужно учитывать, что формируют информационную повестку люди, которые, как правило, профессионально занимаются информацией. И профессиональные информационщики могут быть в любой сети, имеет ли она иностранное или отечественное происхождение. Поэтому отечественные по происхождению социальные сети сами по себе не являются панацеей от информационной войны. «Телеграм» вроде бы отечественная социальная сеть, но антирусских телеграм-каналов в ней в три раза больше, чем пророссийских. Существует примерно 100 активных антирусских каналов и примерно 30 активных, с приличной по масштабам аудиторией, пророссийских. Среди топ-50 телеграм-каналов в категории «политика» только 59% каналов являются пророссийскими. При этом оппозиционный телеграм-канал «Нехта» имеет около двух миллионов подписчиков, а пророссийский «colonelcassad» или «anna-news» – чуть больше 300 тысяч.

«Повсеместное проникновение интернета дало людям бесконечные возможности для саморазвития и самореализации», – с неофитским восторгом поколения «информационной цивилизации» отмечали авторы интеллектуального журнала о культуре и обществе «Нож». И тут же признавали, что «следующим шагом стало формирование в интернете инфраструктуры, которая запустит и будет поддерживать новую волну социальных перемен»¹. Чьи интересы стоят за этими «волнами» показало цунами антирусских фейков, захлестнувших социальные сети до и в ходе военной спецоперации по демилитаризации и денацификации Украины.

Социальные сети стали инструментом осуществления стратегии «геополитической экспансии и гегемонии», овладения всем миром, информационным оружием борьбы с государствами, «которые стремятся к обеспечению национального цифрового суверенитета и сохранению независимого и стабильного функционирования собственных политических режимов в современных условиях» [Артамонова, 2021: 95].

Социальные сети как поле производства «информации об информации» в невиданных масштабах меняют не только сложившуюся систему духовно-нравственных и культурных ценностей всё новых и новых миллионов людей, но и политические взгляды и критерии оценки происходящего. Поэтому культуролог Владимир Винников считает, что современное человечество проходит «новую стадию рабовладения», в котором вместо эксплуатации физических сил человека эксплуатируются его «интеллектуальные и душевные силы» [Винников, 2009: 3].

Новые способы воздействия на массовое сознание на самом деле стары как мир: создать миф и заставить людей в него поверить. Конечно, при этом нужна режиссура, но не зря же великий режиссёр Эмир Кустурица не так давно признал себя «творческим ничтожеством» по сравнению с западными режиссёрами украинского майдана. Режиссёры фейков фабрикуют наглядные доказательства чего угодно. Поэтому поточное производство и распространение фейков о бомбежках «российскими агрессорами» мирных жителей, в том числе родильных домов, превратилось в широкомасштабное и беспрецедентное по оболваниванию миллионов военное

нападение на нашу страну в виртуальном пространстве. Чрезвычайно действенное, поскольку последующее разоблачение этих фейков доступно пользователям, не сопоставимое с числом одураченных...

Речь идёт об информационно-сетевых войнах, которые представляют собой реальную угрозу безопасности не только России, но и любых государств и национальных сообществ. Ведь по одной «эсэмэске» с дубинками и в масках собираются десятки тысяч людей и сметают власть без применения иностранной военной силы, но в интересах иностранных держав. Сейчас мало кто помнит, что Интернет в начале 1990-х лично «продвигал» вице-президент США А. Гор. И продвинул – через все границы, железные занавесы, запреты и т. д. А потом в разных странах стали расцветать «цветы» революций и «революции роз». Революция в IT-технологиях была использована для создания «условий, необходимых для процветания наших интересов и ценностей», – так буквально написано в «Национальной стратегии для нового столетия», принятой США в 1997 году. А информационная мощь американско-европейских медиа и экспансия атлантической культуры стали новым видом оружия для завоевания мирового господства.

В условиях проведения военной спецоперации по защите ДНР и ЛНР, демилитаризации и денацификации Украины социальные сети используются Западом для дезинформационного цунами, сметающего на пути все, что ему противостоит. При этом российские информационные источники, включая «Russia Today», запрещаются, правдивая информация блокируется – вопреки таким провозглашаемому на Западе «основополагающим» принципам демократии, как «свобода слова», «свобода доступа к информации», которые применяются только для дезинформации населения потенциального противника.

Информационная агрессия осуществляется не только для дезинформации, но и для разрушения национальной идентификации (американская пропагандистская акция «мне стыдно, что я русский»), национальной памяти, доблести и гордости с последующей атакой на национальный культурный код – глубинное национальное самосознание, лежащее в основе духовно-нравственной и культурной идентичности, на которой построено любое национальное государство. Фейковый контент как часть информационной войны.

Социальные сети и сервисы как носители разнообразного контента подвержены большому уровню фейковой информации. На январь 2022 года Следственный Комитет заблокировал всего 1 600 фейков [Ходыкин, 2022]. В России нет оперативного центра системного анализа информации и контента на её правдивость, фейки становятся огромной частью пропаганды, нанося последовательные и непрерывные удары по информационной политике. Борьба с фейками крайне сложно, большинство пользователей не обладают знаниями по распознаванию фейковых новостей. Фейки обрастают сомнительными фактами, которые множатся в геометрической прогрессии, создавая иллюзию правды.

С развитием технологий появилось новое явление, deep fake, «глубокий фейк». Разница между «обычным» и «глубоким» заключается в гораздо более высоком качестве дип-фейка. Его могут отличить от правды только высокотехнологичное оборудование, эксперт может доказать, что это фейк, только на основе накопленного

опыта, нелогичности и несоответствия фейка каким-то другим событиям, происходящим в тоже время в том же месте. Просто зрительно понять, что это фейк, – практически невозможно.

Важно понимать, что фейки становятся неотъемлемой частью контента – они привлекают новых зрителей, увеличивают посещение информационных ресурсов, распространяются с гигантской скоростью, «убедительно» работают на пропаганду, способствуют продвижению других фейков. Фейки производятся сознательно как часть общего информационного потока, противодействовать им можно только производством высококачественных информационных материалов, особенно в сложной ситуации, как, например, на Украине, где такие возможности крайне ограничены.

Лавинообразная информационная экспансия Запада на нашу страну, резко обострившаяся в условиях военной спецоперации России на Украине, привела, наконец, к решительным действиям политической власти по отношению к иностранным социальным сетям. Были заблокированы Facebook, Instagram, Twitter и Instagram.

В результате этих изменений американские сети потеряли возможность получать актуальную информацию о российской аудитории; утратили возможность создания, модерации и контроля информационной повестки для наиболее лояльной к США аудитории. Instagram только по предварительным данным потерял около 16% российской аудитории [Таиров, 2022] в нашей стране, а также утратили возможность проведения пиар-акций и пропаганды своей позиции, но и потеряли доходы от российской рекламы, в том числе от блогеров и инфлюенсер маркетинга [ФНС раскрыла суду... 2022]. Пользователи-блогеры лишились доходов от размещения рекламы в этих сетях, особенно в Instagram, где активно используются видеоролики («video reels»). Общие потери от блокировки составили, по разным оценкам, от 200 до 800 млн долларов. Фактически безработными стали примерно 270 тыс. человек. Таким образом, в результате последних изменений, по данным Brand Analytics, за март 2022 года пользователи частично потеряли возможность регулярного посещения сети [Чёрный, 2022]. Однако нельзя не признать последствия этих изменений достаточно противоречивыми, а действия властных структур – непоследовательными. Попытка борьбы с всевластием американских сетей во многом блокируется открытым доступом к этим сетям через бесплатные приложения VPN³⁸, которые после 24 февраля 2022 года в России установило около 1,3 млн россиян [Кучерявых, 2022]. Конечно, как и предполагалось, VPN освоили не все, да и пребывание в запрещённой социальной сети негативно повлияло на желание российских пользователей выкладывать «сторис». Очевидно, что при необходимости жёсткого запрета на использование запрещённых социальных сетей необходимо проводить более комплексные ограничения, в частности, запрет или ограничение VPN сервисов.

Описанные выше обстоятельства со всей серьёзностью ставят вопрос об информационной политике государства, адекватной современным процессам, протекающим в медиа-сфере. Социальные сети и сервисы достигли такого уровня

³⁸ Более 130 программ, в том числе новые разработки, доступны для скачивания в русском Apple Store и Google Market)

влияния, что даже на их «родине», в США, президент Байден потребовал от Конгресса установить более строгие правила защиты конфиденциальности данных, запретить таргетированную рекламу для детей и заставить социальные сети разрабатывать свои продукты с учётом безопасности несовершеннолетних. Во всём мире государственные структуры принимают непосредственное участие в контроле социальных сетей, разрабатываются новые законы, ограничивающие возможности социальных сетей и сервисов. И речь идёт не только об ограничении пользования в интернете тотализаторов, в том числе якобы спортивных, благодаря которым дети легко подсаживаются на «спортивные казино» и становятся игровыми наркоманами. Государственную значимость обретает индикативная коррекция контента и обеспечение бесплатных ресурсов в сети (государственных, медицинских, образовательных, научных, культурных), и прежде всего – разработка таких условий для развлекательного, в том числе игрового контента, которые соответствовали бы отечественной культуре и национальным интересам страны. Учитывая скорость обновления и распространения информации в соцсетях, необходимо осознать важность перестройки всего телевидения, оно должно быть значительно быстрее и основано на многочисленном и ежедневно меняющемся видеоряде. Необходимо «разбавлять» однобокие и одноплановые брифинги с долгим перечислением нанесённого противнику ущерба эффективными и свежими видеоматериалами с места событий.

Важность и настоятельная необходимость новой информационносетевой политики государства диктуется не только беспрецедентным обострением информационной войны Запада, но и очевидным процессом деструкции единого культурно-информационного пространства России, которое представляет собой такую же основу целостности государства, как экономика и территория, а также плачевным состоянием технологической базы отечественных медиа. Поэтому в России в деятельности медиа особое значение приобретает такая принципиально новая функция, как духовная и культурная консолидация общества и всей огромной страны.

Сегодня государство фактически не работает на информационном рынке как заказчик и дистрибьютор информационного контента. Нет единых центров создания и обработки собственного контента, а также борьбы с фейками и создания собственных фейков. Сегодня информационную угрозу России несёт манипулирование с помощью разных медиа, в том числе социальных сетей, общественным сознанием (дезинформация, демонстрация натуралистических сцен жестокости, убийств, расправ, насилия, распущенности; целенаправленное навязывание асоциальных и противоправных эталонов поведения и стилей жизни и т. д.) [Запесоцкий, 2002: 3–8].

В нынешней кризисной ситуации в стране и в мире невозможно построить эффективную коммуникацию между государством и обществом без проведения взвешиваемой и последовательной информационной политики в области социальных сетей и сервисов. В новом цифровом мире государство больше не может быть только законодателем, контролёром и распределителем, государство обязано быть непосредственным участником всех цифровых процессов от создания нового информационного контента до его эффективной дистрибуции в медиа-среде.

Важно, чтобы контент основывался на продуманном позиционировании, выражаясь не только в тексте, но и в символах. Символы фактически являются

графическим продолжением контента – выражают суть позиционирования. Символы – это язык информации, который будет воспринят обществом, если будет не только соответствовать истине, но и обладать привлекательной формой подачи, оперативно распространяться и мультиплицироваться по всем медиа. Государство в лице уполномоченного министерства должно активизировать работу с информационным контентом, разрабатывать позиционирование информационных задач, формировать символы и смыслы, адекватные национальным интересам в этой сфере.

Кроме того, государство обязано постоянно реагировать на недружелюбные вызовы со стороны социальных сетей и сервисов и подобающим образом отвечать. Если социальные сети являются источниками антироссийской пропаганды, их необходимо закрывать, блокировать, перекрывать доступ к ним. Государство в лице уполномоченного органа обязано поддерживать развитие существующих отечественных сетей и сервисов; закрывать антироссийских блоги и телеграм-каналы, что является обычной практикой в других странах, а в России даже вопрос об этом не ставится; временно приостановить развитие в стране других иностранных сетей; организовать во всех населённых пунктах, находящихся в орбите кризисных событий, сеть поставщиков контента с чётким функционалом, материальным, информационным, методическим и кадровым обеспечением для регулярного создания и пересылке в Центр качественного видео- и фото контента; разработать и реализовать исследовательскую программу, которая позволит на регулярной основе получать подробную аналитическую информацию о состоянии информационного рынка, что позволит оперативно реагировать на изменения в информационной среде, а также проводить собственную скоординированную для всех медиа эффективную информационную политику, в том числе и в отечественных и иностранных социальных сетях и сервисах.

Можно констатировать, что социальные сети и сервисы становятся главными медиаканалами коммуникаций для государственной информационной политики. Это уже произошло в экономически развитых государствах, прежде всего, в США, Евросоюзе и Китае. Поэтому в этих странах социальные сети и сервисы определяются уже даже не как часть интернета, а как самостоятельное медиа со своими пользователями, специализацией и медиа-бюджетами. Аналогичные процессы происходят в России. На протяжении последних двадцати лет страна впитывала в себя иностранные социальные сети и сервисы. И сейчас наступил «момент истины» – пора понять, какой должна быть политика государства по отношению к социальным сетям и как в этой среде должен работать государственный информационный механизм.

Список литературы

Артамонова Ю. Д. Трансформация Интернета как пространства общественно-политических коммуникаций: от глобализации к гло(локал)анклавизации / Ю. Д. Артамонова, С. В. Володенков // Социологические исследования. 2021. С. 87–97.

Васильев Н. А. Социальные сети. Формирование нового социального мира / Н. А. Васильев, С. Н. Комиссаров // Гуманитарий Юга России. 2021. Т. 11, № 4. С. 43–61.

Винников В. Человек сердца // Завтра. 2009. № 53 (841). С. 3. URL: <https://pub.wikireading.ru/153281> (дата обращения: 21.10.2021).

Запесоцкий А. С. Гуманитарное образование и проблемы духовной безопасности / А. С. Запесоцкий // Педагогика. 2002. № 2. С. 3–8.

Кучерявых Д. В России резко вырос спрос на VPN-сервисы // Lenta.ru : [сайт]. 1 марта 2022. URL: <https://lenta.ru/news/2022/03/01/vpn/> (дата обращения: 28.03.2022).

Моль А. Социодинамика культуры / А. Моль. М., 2007.

Таиров Р. Аналитики оценили потери признанной экстремистской Meta* от блокировки в России // Forbes : [сайт]. 29 марта 2022. URL: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/460625-analitiki-ocenili-poteri-priznannoj-ekstremistskoj-meta-otblokirovki-v-rossii> (дата обращения: 28.03.2022).

ФНС раскрыла суду доходы Meta* в России // Sostav : [сайт]. 18 января 2022. URL: <https://www.sostav.ru/publication/meta-platforms-52282.html> (дата обращения: 28.03.2022).

Ходыкин М. Блокосфера: в 2022 году ограничили доступ более, чем к 1,6 тыс. фейков // Известия. 31 января 2022. URL: <https://iz.ru/1282980/maksim-khodykin/blokosfera-v-2022-godu-ogranichili-dostup-k-bole-16-tys-feikov> (дата обращения: 28.03.2022).

Чёрный В. Как изменились соцсети в марте 2022 года // Brand Analytics : [сайт]. 26 марта 2022. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-march-2022/> (дата обращения: 28.03.2022).

* Признана экстремистской организацией на территории Российской Федерации.



Никитенкова Мария Александровна
Институт мировых трансформаций,
Института США и Канады Российской академии наук,
Москва, Россия.
maria.nikitenkova@mail.ru

РОССИЯ И МИР: СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА СТРАТЕГИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИХ СДВИГОВ

Аннотация. С конца XX века мировыми элитами унифицируются нормы и правила, определяющие порядок взаимодействия акторов мировой экономики с целью построения единого мирового хозяйства. Цифровая трансформация и применение информационно-коммуникационных технологий способствует созданию унифицированных и ментально однородных ценностей для мира, предлагая замену национальной идентичности на «индивидуальную личную свободу». В России нужно найти баланс между внедрением самых современных технологий, понимая безальтернативность технологическому прогрессу, и сохранением традиционных нравственных и религиозных ценностей, которые создают основу нашей самобытной цивилизации.

Ключевые слова: цифровая трансформация, информационно-коммуникационные технологии, транснациональная компания (корпорация)

Nikitenkova Maria A.
Institute of World Transformations,
Institute of USA and Canada
Russian Academy of Sciences,
Moscow, Russia.
maria.nikitenkova@mail.ru

RUSSIA AND THE WORLD: THREE BRIDGES TO THE FUTURE IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

Abstract. Since the end of the twentieth century the world elites are unifying the norms and rules that determine the order of interaction of the actors of the world economy in order to build common world economy. The introduction of information and communication technologies was supposed to contribute to the creation of unified and mentally homogeneous values for the world, offering the replacement of national identity with «individual personal freedom». Realizing that there is no alternative to technological progress in Russia, it is necessary to find a balance between the introduction of the most modern technologies and the preservation of traditional moral and religious values that form the basis of our distinctive civilization.

Keywords: digital transformation, information and communication technologies, multinational company (corporation)

С конца XX века мировыми элитами унифицируются нормы и правила, определяющие порядок взаимодействия акторов мировой экономики с целью построения единого мирового хозяйства. Транснационализация хозяйственной деятельности проходила, разрушая и подчиняя своим интересам внутренние экономики стран, куда приходили транснациональные корпорации (ТНК).

Внедрение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) должно было способствовать созданию унифицированных и ментально однородных ценностей для мира, предлагая замену национальной идентичности на «индивидуальную личную свободу» (через насаждение свободы выбора гендера, сектантских верований и учений, усиливая тенденции этнического превосходства, поддерживая отказ от чувства личной

ответственности у граждан). Основой этого процесса унификации общественного развития было положено, с одной стороны, отрицание исторической связи с предыдущим поколением и, с другой стороны, формирование единообразных ментально-значимых ценности для всех стран, чтобы обеспечить возможность развития сетевой системы управления.

Монополизация ИКТ в руках информационных транснациональные корпорации ориентирована на введение в социально-коммуникационное взаимодействие граждан цензуры со стороны ТНК, что наиболее отчётливо проявилось в начале 2022 года. При этом аффилированность мета-платформ (Facebook, Twitter и др.) с Соединёнными Штатами Америки позволяет реализовывать информационным ТНК идеологические детерминанты, которые истеблишмент США считает базисным для сохранения своего доминирования. Как осуществляется идеологическое доминирование через цифровые технологии?

В 1990–2000-х годах были построены цифровые инфраструктуры в экономиках всех развитых стран. Исходя из идеи цифровой революции Шваба, осуществляется стратегия, когда поколение «родителей и дедушек, и бабушек», дизадаптированное к цифровой среде, испытывает беспомощность, обесценено со стороны подростков, и подростки, попав под очарование искусственного интеллекта (ИИ) и в зависимость от цифровых технологий («цифровое рабство»), начинают «служить ИИ». Происходит процесс, при котором идеи трансгуманизма направляют человечество на «переплавку» в искусственный интеллект.

Для России неприемлемы ни «электронное рабство» по Швабу, ни китайский цифровой концлагерь. В то же время, понимая безальтернативность технологическому прогрессу, Россия должна найти баланс между внедрением самых современных технологий и сохранением традиционных нравственных и религиозных ценностей, которые создают основу нашей самобытной цивилизации...

«Россия –... это многонациональная страна с большим количеством традиций, культур, вероисповеданий. Если мы хотим сохранить цивилизацию, мы, конечно, должны делать упор именно на высокие технологии и на будущее развитие», – сказал Президент Российской Федерации В. В. Путин в сентябре 2019 года. «У нас бы никогда не было своих высокотехнологичных видов вооружения, которых пока нет ни у одной страны мира, если бы не было ни фундаментальной науки, ни научных школ, ни инженерных кадров. Нам нужно теперь не только трансформировать эти достижения в гражданские сферы, но нам нужно опираться в самом широком смысле слова на те достижения, которые были достигнуты ещё прошлыми поколениями».

Первый шаг в поиске самобытного российского пути был сделан в 2020 году, когда на Международной конференции «Цифровое перемирие. Контракт 2030» была сформулирована идея необходимости переходного периода к цифровым технологиям, когда для представителей старших поколений сохраняются традиционные для них форматы жизни и деятельности, а технологические новшества «увязываются» с гуманистическими ценностями.

Каковы практические пути развития России в ситуации структурных сдвигов?

В декабре 2020 года Президент Российской Федерации В. В. Путин чётко определил нашу позицию: «Искусственный интеллект не может быть президентом». А ведь именно на управление государствами и их гражданами нацелены задачи внедрения сетевого управления искусственного интеллекта (ИИ). Чтобы использовать

всё преимущества ИИ и не допустить негативных последствий его внедрения (все опасности этого пока даже не определены), видятся «три моста».

Чтобы находиться в развитии, нам необходимо, преодолев инертность бюрократии, установив *первый мост* – коммуникации между теми, кто осуществляет разработку плана реализации национальных проектов, и теми людьми, которые обладают необходимыми знаниями и компетенциями, но до сих пор оставались невостребованными холодной системой бюрократии, ориентированной на западные ценности.

Второй мост – вернуть в Россию талантливых патриотично настроенных профессионалов высокого класса, которые по разным причинам оказались невостребованными или отторгнутыми системой.

Третий мост – «перестроить» кадровую бюрократию и создать возможность выйти на ведущие роли русскому творческому слою. Востребовать этот потенциал по типу наших Кулибиных, Ломоносовых, Королёвых внутри страны для создания технологического процветания.

Предоставление государством и правительством альтернативных вариантов для жизни человека на все продвигаемые западные программы научно-технических цифровых технологий, таких как «Умная Планета» или «Умный Город», которые подчиняют человека технологиям. Выбор, до какой границы и степени человек готов осваивать и пользоваться технологиями, должен остаться за человеком, а не за технологическими глобалистами (поддерживаемыми из частных международных фондов и компаний), много лет готовивших осуществление идей технологической инквизиции.

В ситуации структурных сдвигов слов и программ сейчас недостаточно! Не хватает непосредственной коммуникации с гражданами, чтобы слова решений не расходились с реализацией в жизни.

Список литературы

Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р). URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (дата обращения: 10.10.2022).

I Международная онлайн-конференция «Цифровое перемирие. Контракт 2030» – 24 ноября 2020 года // МИА «Россия сегодня»: [сайт]. URL: <https://ria.ru/20201123/tsifrovizatsiya-1585891206.html> (дата обращения: 10.10.2022).

Путин: будущее российской цивилизации зависит от успеха в развитии высоких технологий // ТАСС : [сайт]. URL: https://nauka.tass.ru/nauka/8493647?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com (дата обращения: 10.10.2022).

Schwab K. The Global Competitiveness Report 2017–2018. – World Economic Forum Insight Report, 2017 г. // World Economic Forum Insight Report : [сайт]. 2017 г. URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017> (дата обращения: 10.10.2022).



Рафикова Ксения Фуатовна
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ,
Москва, Россия.
kseniyarafikova@yandex.ru

ЭТИЧНОСТЬ ВЫЧИСЛИТЕЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ЦИФРОВОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ: АНАЛИЗ РИСКА НЕВЕРНОГО РЕЗУЛЬТАТА

Аннотация. Появление больших данных и социальных медиа создало новые возможности для вычислительных социальных исследований. Эта новая форма исследований вызывает этическую озабоченность по поводу использования персональных данных и возможности злоупотребления ими. Возможные проблемы необходимо учитывать при проведении вычислительных социальных исследований в пространстве цифровой коммуникации. Исследователи должны предпринять шаги для обеспечения этичности и ответственности своих вычислительных исследований. Преимущества вычислительных исследований должны быть сопоставлены с рисками.

Ключевые слова: вычислительная социология, вычислительные социальные исследования, этичность, цифровая коммуникация, большие данные

Rafikova Ksenia F.
Russian Academy of National Economy and Public Administration
President of the Russian Federation,
Moscow, Russia.
kseniyarafikova@yandex.ru

THE ETHICS OF COMPUTATIONAL SOCIAL RESEARCH IN THE DIGITAL COMMUNICATION SPACE: AN ANALYSIS OF THE RISK OF THE WRONG RESULT

Abstract. The advent of big data and social media has created new opportunities for computational social research. This new form of research raises ethical concerns about the use of personal data and the potential for misuse. Possible problems need to be considered when conducting computational social research in the digital communication space. Researchers should take steps to ensure that their computational research is ethical and responsible. The benefits of computational research must be weighed against the risks.

Keywords: computational sociology, computational social research, ethics, digital communication, big data

Появление больших данных и социальных медиа создало новые возможности для вычислительных социальных исследований. Такие исследования способны привести к судьбоносным результатам и произвести революцию в понимании общества. Используя возможности больших данных, исследователи могут получить представление о закономерностях поведения больших групп людей.

Вычислительные социальные исследования – это область исследований, в которой используются вычислительные и математические методы для изучения социальных явлений. В группы вычислительных методов сегодня входят сетевой анализ, имитационное моделирование, онлайн-эксперименты и машинное обучение

[Николаенко, 2019]. Благодаря им появляется возможность анализировать большое количество информации за короткий промежуток времени.

Цифровая эпоха позволила исследователям собирать и анализировать большие данные из социальных сетей. Замер активности пользователей, регистрация любых изменений, частота и характер использования мобильных приложений или сайтов, а также цифровые следы и поисковые запросы в целом могут стать примером современных больших данных [Китчин, 2017]. Социальные сети – одна из традиционных и наиболее активно исследуемых тем в вычислительной социологии. Существует множество платформ социальных сетей, каждая из которых имеет свой уникальный набор данных, которые могут быть использованы для исследований в области вычислительной социологии [Николаенко, 2019]. Интернет стал огромным источником информации для исследователей. С появлением социальных сетей пользователи постоянно генерируют новые данные, которые можно использовать для изучения различных явлений от распространения болезней и предсказания поведения личности до влияния политических кампаний и оценки межгрупповых предрассудков [Azucar, 2018; Baghal, 2020; Bail, 2019; Bailey, 2018; Chae, 2018; Enghoff, 2019; Garcia, 2018].

Цифровизация общества привела к тому, что изучение новых форм коммуникации стало областью научных исследований. Учёные теперь могут анализировать и изучать то, как происходит общение между людьми, но на гораздо более детальном уровне [Крыштановская, 2018]. Цифровое общество – это инфраструктура, функционирующая за счёт цифровых и коммуникационных технологий. Цифровое общество лежит в основе всех аспектов современной жизни и построено на фундаменте доверия. Мы предполагаем, что информация, которой делимся в Интернете, является конфиденциальной, а наши транзакции, в свою очередь, безопасны. Постоянно развивающаяся сфера цифровых коммуникаций несёт как положительные, так и отрицательные аспекты во всех сферах общественной жизни. С одной стороны, цифровые коммуникации облегчили людям общение друг с другом и обмен информацией. С другой стороны, они также создали новые риски, такие как кража личных данных и манипуляция [Золотухин, 2021].

Однако эта новая форма исследований вызывает этическую озабоченность в связи с использованием персональных данных и возможностью их злоупотребления. При анализе данных используются алгоритмы, существует риск, что эти алгоритмы могут дать неточные или даже опасные результаты. Далее мы подробно рассмотрим этические проблемы, связанные с вычислительными социальными исследованиями и их практическим применением, а после обратимся к рискам получения неправильного результата.

На сегодняшний день цифровая этика имеет устойчивый научный фундамент и является частью компьютерной (информационной) этики, основу которой заложил её основатель американский учёный Н. Винер [Винер, 1958]. Очень важно помнить, что этические проблемы можно разделить на краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные в зависимости от того, как скоро будет найдено решение. Краткосрочные проблемы включают использование личной информации для определения черт характера индивидуума, конфиденциальность, предвзятость и

возможность дискриминации. Среднесрочные вопросы включают регулирование индивидуального поведения, которое может привести к вторжению в частную жизнь, свободу, автономию и самоопределение. Долгосрочные вопросы включают перспективу предоставления интеллектуальным машинам статуса моральных субъектов [Асеева, 2022].

Далее можно привести пример этических проблем применения вычислительных методов в социальной коммуникации. В последние годы использование алгоритмов возросло, и они могут применяться для различных целей. Одним из способов их использования является преднамеренное распространение манипулятивной информации среди целевых групп. Это может быть сделано путём анализа настроения текста и последующего использования этой информации для нацеливания рекламы или контента на определённую группу. Это является проблемой, поскольку позволяет манипулировать людьми, предоставляя им информацию, которая не соответствует действительности или является предвзятой. Это также означает, что люди не получают полной информации и могут видеть только одну сторону вопроса. Алгоритмы социальных сетей могут оказывать значительное влияние на эмоциональный настрой контента, который видят пользователи. Когда пользователи делятся эмоционально позитивной или негативной статьёй, они с большей вероятностью увидят аналогичный контент в своей ленте, что укрепит их существующее мнение и потенциально усугубит эффект «эхо-камер» и «фильтрующих пузырей» [Цвык, Цвык, 2022].

Поскольку мир становится всё более зависимым от технологий, важно учитывать этические последствия вычислительных исследований. Помимо возможности получения неверного результата, существует ряд этических проблем, которые необходимо принимать во внимание. Например, при проведении исследований на основе данных социальных сетей существует риск нарушения неприкосновенности частной жизни людей. Это особенно проблематично, когда данные включают личную информацию, такую как политические взгляды или медицинские показания. Существует также вероятность необъективности результатов, если данные не собираются и не обрабатываются справедливым и беспристрастным образом.

Ещё одной этической проблемой является использование искусственного интеллекта (ИИ) в исследованиях. Системы искусственного интеллекта часто непрозрачны, то есть трудно понять, как они приходят к своим результатам. Это может затруднить проверку точности их выводов и выявление потенциальной предвзятости.

Риск ошибочного результата реален, и его следует учитывать перед проведением вычислительных исследований. Это особенно верно, когда исследование основано на небольшом количестве наблюдений [Кулагин, 2016]. Но даже при большом количестве наблюдений всегда существует вероятность того, что результаты вычислительного исследования окажутся неточными. Это связано с тем, что модели, используемые для анализа данных, часто являются упрощёнными версиями реальности, и иногда они могут давать результаты, которые не являются репрезентативными для реального мира.

Существует множество способов снизить риск получения неверного результата, но один из самых важных – использовать несколько методов для анализа данных.

Таким образом, если один метод даёт неточный результат, его можно проверить по результатам других методов. Также важно учитывать потенциальные погрешности (неполные или неточные данные), которые могут присутствовать в данных.

Наконец, важно помнить, что даже если вычислительное исследование даёт точные результаты, их порой невозможно применить к реальным ситуациям. Это связано с тем, что зачастую существует множество факторов, которые могут повлиять на исход реальной ситуации, и учесть их все в вычислительной модели может оказаться невозможным (переквалификация модели).

Очевидно, что этические аспекты вычислительных исследований должны быть тщательно продуманы, а исследователи должны предпринять шаги для обеспечения этичности и ответственности. Вычислительные исследования остаются мощным инструментом, который можно использовать с большим эффектом.

Есть шаги, которые исследователи могут предпринять для минимизации рисков и обеспечения этичности проводимых исследований. Прежде всего, важно выбрать подходящий набор данных. Набор данных должен быть репрезентативным для изучаемой популяции и не содержать никаких предубеждений, которые могут исказить результаты. Во-вторых, алгоритмы, используемые для анализа данных, должны быть тщательно подобраны. Алгоритмы должны быть способны точно определять закономерности в данных и не должны вносить никаких собственных предубеждений. В-третьих, результаты исследования следует интерпретировать с осторожностью. Их не следует принимать за истину, а использовать в качестве отправной точки для дальнейшего исследования.

Также существуют два базовых требования при применении вычислительных методов к данным. Первым является защита конфиденциальности и безопасность персональной информации. Это достаточно сложная проблема, которая связана с технологическим развитием и слиянием государственного и корпоративного секторов [Гуров, Конькова (Кураева), Новиков, 2021]. Второе требование связано с пониманием того, что каждый этап работы с данными связан с рядом собственных проблем. Сбор, обработка и хранение данных могут привести к нарушению правил безопасности и защиты данных. А анализу и использованию данных могут сопутствовать ошибки применяемых методов исследования и неверная интерпретация [Там же].

Таким образом, преимущества вычислительных исследований должны быть сопоставлены с рисками. Неспособность сделать это может привести к негативным последствиям как для отдельных людей, так и для общества в целом. Поскольку мир всё больше полагается на социальные сети и онлайн-платформы для получения информации, как никогда важно, чтобы вычислительные социальные исследования проводились ответственно и осторожно. Этот тип исследований может быть использован для изучения многих объектов – от распространения фальшивых новостей до того, как люди взаимодействуют друг с другом в сети. И хотя он может дать ценные сведения, при неправильном использовании он также способен нанести вред. Именно поэтому исследователи должны осознавать этические последствия своей работы и принимать меры для обеспечения ответственного подхода к проведению исследований. Следуя этим рекомендациям, вычислительные социальные

исследователи могут гарантировать, что их работа этически обоснована и вносит позитивный вклад в наше понимание онлайн-мира и цифровой реальности.

Список литературы

Асеева И. А. Искусственный интеллект и большие данные: этические проблемы практического использования. (аналитический обзор) / И. А. Асеева // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 8. Науковедение: Реферативный журнал. 2022. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvennyu-intellekt-i-bolshie-dannye-eticheskie-problemy-prakticheskogo-ispolzovaniya-analiticheskii-obzor> (дата обращения: 19.10.2022).

Винер Н. Кибернетика и общество / Н. Винер. М.: Издательство иностранной литературы, 1958. 200 с.

Гуров О. Н. Использование больших данных в социальной науке – перспективы и ограничения / О. Н. Гуров, Т. А. Конькова (Кураева), Р. Ю. Новиков // Искусственные общества. 2021. Т. 16, Вып. 2. DOI 10.18254/S207751800015213-3. URL: <https://artsoc.jes.su/s207751800015213-3-1/> (дата обращения: 10.10.2022).

Золотухин В. М. Цифровые коммуникации и социокультурные риски в российской ментальности / В. М. Золотухин / Социальные коммуникации: философские, политические, культурно-исторические измерения. Сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Кемерово, 2021. С. 49–54.

Китчин Р. Большие данные, новые эпистемологии и смена парадигм // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология:4М). 2017. № 44. С. 111–152.

Крыштановская О. В. Бесконтактная социология: новые формы исследований в цифровую эпоху / О. В. Крыштановская // Цифровая социология. 2018. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/beskontaktnaya-sotsiologiya-novye-formy-issledovaniy-v-tsifrovuyu-epoxy> (дата обращения: 19.10.2022).

Кулагин В. П. Корректировка методических и случайных составляющих погрешностей вычисления коэффициентов корреляции, возникающих на малых выборках биометрических данных / В. П. Кулагин, А. И. Иванов, Ю. И. Серикова // Информационные технологии. 2016. Т. 22, № 9. С. 705–710.

Николаенко Г. А. Перспективы использования цифровых следов исследователей для анализа их коммуникативных стратегий (на примере социальной сети ResearchGate) / Г. А. Николаенко // Социология науки и технологий. 2019. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-ispolzovaniya-tsifrovyyh-sledov-issledovateley-dlya-analiza-ih-kommunikativnyh-strategiy-na-primere-sotsialnoy-seti> (дата обращения: 19.10.2022).

Цвык В. А. Социальные проблемы развития и применения искусственного интеллекта / В. А. Цвык, И. В. Цвык // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2022. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-problemy-razvitiya-i-primeneniya-iskusstvennogo-intellekta> (дата обращения: 19.10.2022).

Area Racism and Birth Outcomes Among Blacks in the United States / D. H. Chae, S. Clouston, C. D. Martz et al. // Social Science & Medicine. 2018. № 199. P. 49–55.

Azucar D. Predicting the Big 5 Personality Traits From Digital Footprints on Social Media: A Meta-Analysis / D. Azucar, D. Marengo, M. Settanni // Personality and Individual Differences. 2018. № 124. P. 150–159.

Baghal T. A. Linking Twitter and Survey Data: The Impact of Survey Mode and Demographics on Consent Rates Across Three UK Studies / T. A. Baghal, L. Sloan, C. Jessop, M. L. Williams, P. Burnap // *Social Science Computer Review*. 2020. № 38 (5). P. 517–532.

Bail C. A. Prestige, Proximity, and Prejudice: How GoogleSearch Terms Diffuse across the World / C. A. Bail, T. W. Brown, A. Wimmer // *American Journal of Sociology*. 2019. № 124 (5). P. 1496–1548.

Bailey M. The Economic Effects of Social Networks: Evidence From the Housing Market / M. Bailey, R. Cao, T. Kuchler, J. Stroebel // *Journal of Political Economy*. 2018. № 126 (6). P. 2224–2276.

Enghoff O. The Value of Unsolicited Online Data in Drug Policy Research / O. Enghoff, J. Aldridge // *International Journal of Drug Policy*. 2019. № 73. P. 210–218.

Garcia D. Gender Inequality Through Large-Scale Facebook Advertising Data / D. Garcia, Kassa Y. Mitike et al. // *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2018. № 115 (27). P. 6958–6963.



Родионова Марина Евгеньевна
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Россия.
merodionova@fa.ru

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ВЕДУЩИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ ИТАЛИИ

Аннотация. Материал анализирует использование основных социальных сетей – в частности Facebook – в политической пропаганде итальянских партий, делая акцент на стратегии и особенности политической коммуникации в социальных сетях различных политических партий и отдельных политиков Италии. Результаты демонстрируют чёткие различия между «личностными» партиями (Lega и Fratelli d'Italia), ставящими своих лидеров на передний план и партиями, основным инструментом пропаганды которых являются их официальные страницы (Движение 5 звёзд, Демократическая Партия). Сделан акцент, что в рассматриваемый период различные партийные лидеры развивались не одинаково. Количество подписчиков Маттео Сальвини увеличилось вдвое в период с марта 2018 года по март 2020 года, количество подписчиков Джорджии Мелони росло неуклонно и быстрыми темпами, но, в то же время количество поклонников Маттео Ренци осталось практически неизменным. Несмотря на данную общую тенденцию, для разных периодов характерны различия в деятельности в социальных сетях как по объёмам контента, предлагаемого на страницах лидеров, так и по реакции на данный контент общественности.

Ключевые слова: политическая пропаганда, итальянские партии, социальные сети, электоральное поведение

Rodionova Marina E.
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia.
merodionova@fa.ru

COMPARATIVE ANALYSIS OF ELECTORAL BEHAVIOR IN SOCIAL NETWORKS OF LEADING ITALIAN POLITICAL PARTIES

Abstract. The material analyzes the use of the main social networks – in particular Facebook – in the political propaganda of Italian parties, focusing on the strategies and features of political communication in social networks of various political parties and individual politicians in Italy. The results show clear differences between «personal» parties (Lega and Fratelli d'Italia) that put their leaders in the forefront and parties whose main propaganda tool is their official pages (Movement 5 Stars, Democratic Party). It is emphasized that during the period under review, various party leaders developed differently. The number of Matteo Salvini's followers doubled between March 2018 and March 2020, the number of followers of Georgia Meloni grew steadily and at a rapid pace, but at the same time the number of Matteo Renzi's fans remained almost unchanged. Despite this general trend, different periods are characterized by differences in social media activity both in terms of the amount of content offered on leaderboards and in the public's reaction to this content.

Keywords: political propaganda, Italian parties, social networks, electoral behavior

Сегодня телевидение по-прежнему остаётся основным средством получения информации в «медиа-рационе» итальянцев, последние 10 лет характеризуются постоянным ростом использования социальных сетей. Согласно исследованию

Censis³⁹, в то время как число итальянцев, «потребляющих» традиционные средства массовой информации, такие как цифровое наземное телевидение, газеты и книги, сокращается, использование Интернета и смартфонов продолжает расти (рис. 1).

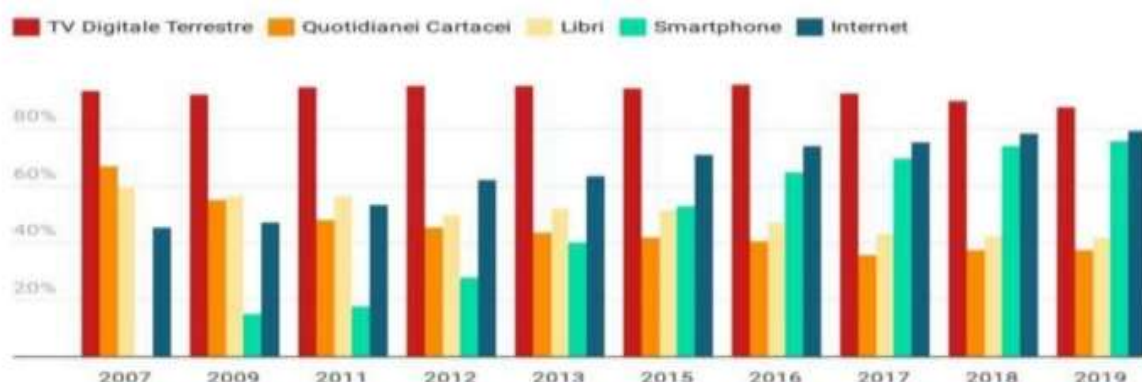


Рис. 1. Эволюция использования медиа ресурсов в Италии

Тот же опрос Censis показывает, что, с точки зрения общего числа пользователей Facebook доминирует среди социальных сетей, за ним же следует Instagram, число пользователей которого быстро растёт. (Рис. 2)

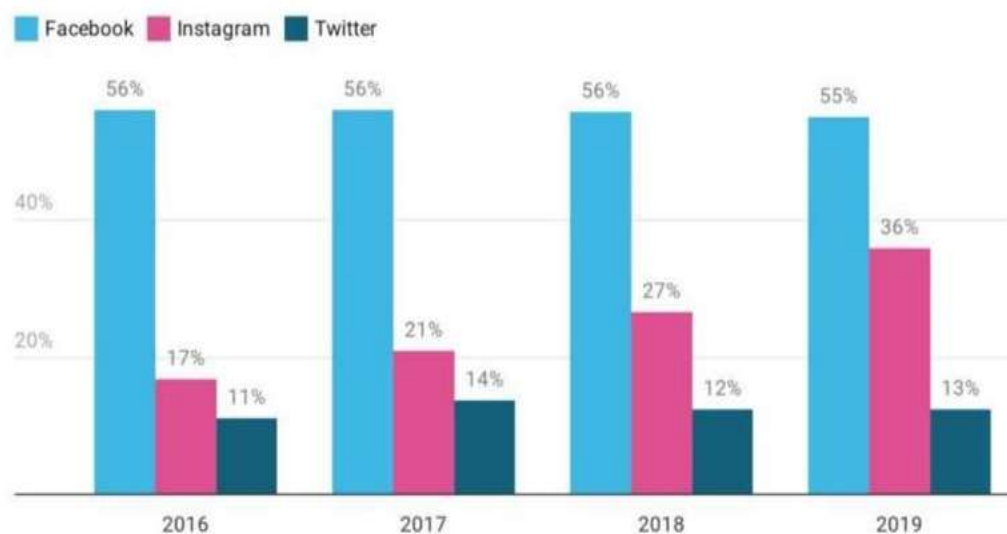


Рис. 2. Эволюция использования социальных сетей в Италии

В течение двадцати лет центр политических дебатов переместился с телевизионных каналов в социальные сети, где блоги и маркетинговые онлайн-кампании стали основным инструментом для привлечения сторонников – особенно среди молодых групп населения.

³⁹ Censis. 16° Rapporto sulla comunicazione I MEDIA E LA COSTRUZIONE DELL'IDENTITÀ. Sintesi per la stampa. Roma, 20 febbraio 2020. (СМИ и создание идентичности, 16-й отчет о коммуникации). URL: https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Sintesi_27.pdf (дата обращения: 10.10.2022).

Основные партии смогли успешно использовать «миграцию» политической коммуникации в социальные сети (и, порой, наоборот, те, кто не адаптировался, затем были наказаны на выборах). Разными методами – от вирусных постов Движения 5-и звёзд до «мемов» Ріў Еуропа и конкурсов «Винчи Сальвини» – различные политики сумели использовать в своих интересах следующие особенности социальных сетей:

- Харизматическое лидерство: построение политической идентичности вращается вокруг личной жизни политика, огласки большого количества аспектов повседневной жизни деятеля посредством большого количества постов в день и немедленной реакцией на последние новости в комментариях. Таким образом, политик завоёвывает доверие и получает последователей, становясь непосредственным источником информации. Фигура влиятельного лица наиболее заметна в тех партиях, в которых выдающимся деятелям удалось получить непропорционально большее количество подписчиков, чем их товарищам по партии. Так обстоит дело с «личностными» партиями, такими как Lega и Fratelli d'Italia, но, как будет показано позже, это проявляется и в случае Винченцо де Лука из Демократической партии.

- Медиа-протагонизм: Те, кто сумел вовлечь пользователей во взаимодействие от первого лица вместо того, чтобы использовать социальные сети лишь как простой рупор для собственных идей, получили высокий уровень взаимодействия под своими постами, повысив их заметность.

- Наконец, информационный пузырь⁴⁰, то есть тенденция окружать себя людьми и источниками информации, которые, как правило, подтверждают ранее существовавшие идеи и убеждения, доведена до крайности в социальных сетях, где алгоритмы выбора сообщений и видимости персонализируют содержание, отдавая предпочтение постам и новостям в нашей «зоне комфорта». Далее следует отношение цикличности содержания⁴¹ между медиа-предложением социальных медиа и коллективным политическим воображением. Эти две сферы имеют склонность влиять друг на друга, особенно в виртуальных «пузырях», где часто отсутствует критическая конфронтация.

В последующем анализе некоторые из этих характеристик проявляются с очевидными различиями в рассматриваемых партиях и периодах. Среди исследуемых политиков наблюдаются разные показатели публикаций и вовлечённости пользователей, а внутри партий – различия в распределении действий и расходов на рекламу между различными участниками. Графики за март 2020 г. (рис. 4–9) на самом деле показывают различия не только между различными партиями, но и внутри них, между различными социальными платформами и различными профилями участников взаимодействия. У разных политиков и партий могут быть разные стратегии, которые отражаются в выборе социальной сети, к которой платформы или зоны охвата могут быть лучше адаптированы. Сравнение количества подписчиков в Instagram и Twitter относительно количества подписчиков в Facebook в марте 2020 года может дать представление о разнице формата коммуникации или аудитории. Например, сравнивая

⁴⁰ Паризер Э. Пузырь фильтра: что Интернет скрывает от вас. 2011, Penguin.

⁴¹ Риссо Э. Завоевание народа. От конца великих идеологий к новым политическим идентичностям. 2019. Guerini e Associati.

Маттео Ренци и Маттео Сальвини, мы видим, что первый не очень популярен в Instagram по сравнению с Facebook, но очень популярен в Twitter. Маттео Сальвини, в то же время, определённо более популярен на Facebook, хотя среди рассматриваемых учётных записей он входит в число тех, чьё количество подписчиков в Instagram относительно Facebook является одним из самых высоких.

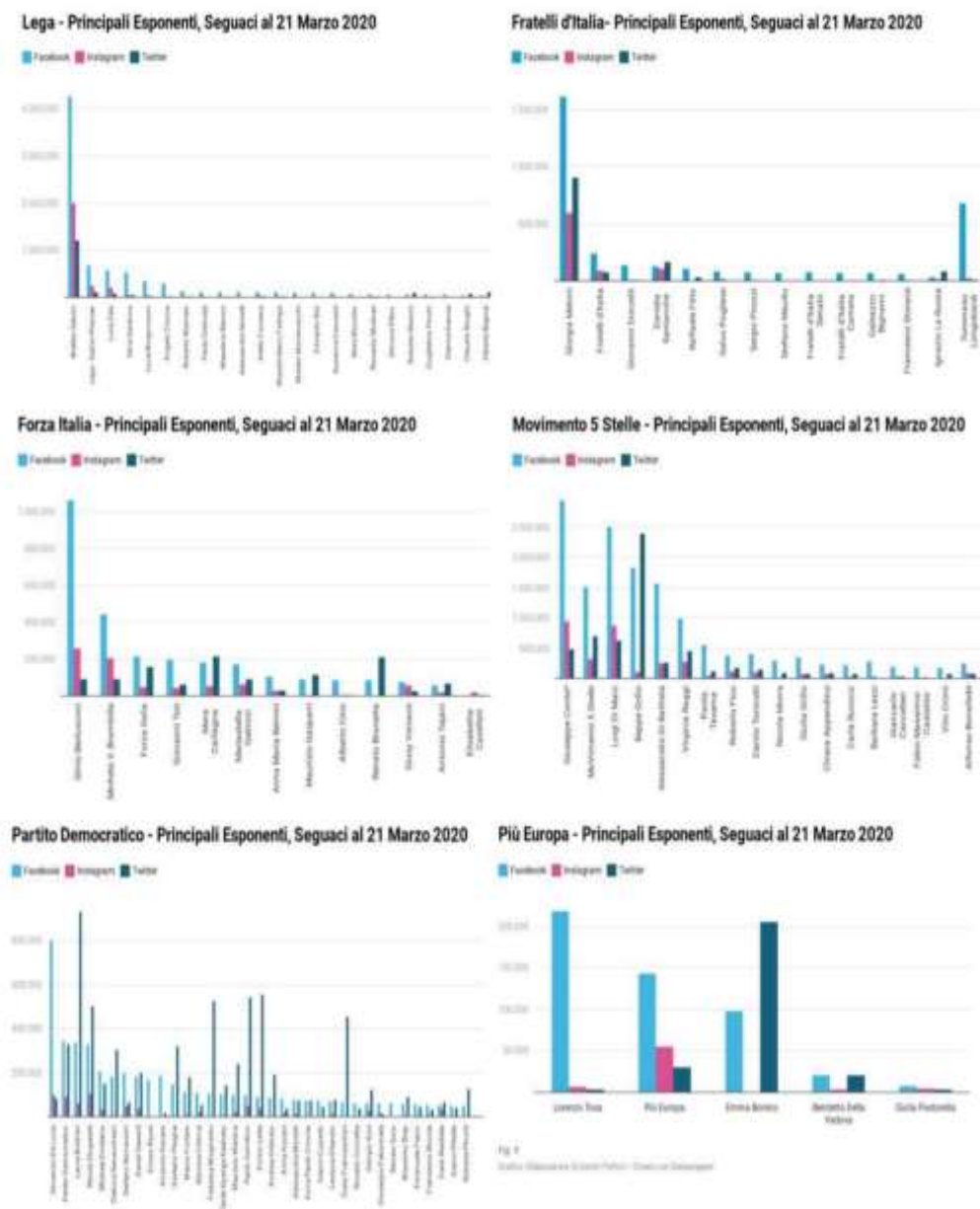


Рис. 4–9. Популярность партийных деятелей в социальных сетях

С другой стороны, при сравнении основных членов отдельных партий можно выделить характерные черты. Там, где разница в количестве последователей между лидером и другими участниками (или самой страницей партии) очень велика, можно ожидать более личностный подход, построенный вокруг доминирующей фигуры. Примерами в этом случае являются Lega, Fratelli d’Italia и Forza Italia, в то время как в случае Демократической партии и Движения 5 звёзд распределение подписчиков более однородно.

Диаграмма Демократической партии, пожалуй, самая уникальная из имеющихся. Самым популярным представителем на Facebook является Винченцо Де Лука, который никогда не был секретарём партии. Подобное хорошо заметно и среди других деятелей, что подчёркивает, что Twitter является основной социальной сетью для многих экспонентов. Это может быть частично оправдано большей значимостью Twitter среди журналистов и представителей правящего класса, особенно за границей. Часто наиболее популярными представителями в Твиттере на самом деле являются те, кто занимает или занимал важные посты в Италии, Европе или в международных организациях, особенно в исторический период, когда использование социальных сетей росло в геометрической прогрессии. Например, бывший премьер-министр Маттео Ренци и Энрико Летта очень популярны в Твиттере, поскольку они занимали свои должности, когда социальные сети развивались, в то время как у Сильвио Берлускони гораздо меньше последователей, а его президентство предшествовало появлению Твиттера. Ещё один способ изучить поведение итальянских партий в социальных сетях – посмотреть, сколько ресурсов выделяется на различные аккаунты. Представленные графики содержат значения расходов за весь год, с марта 2019 года по март 2020 года, и касаются расходов на рекламу на страницах основных политических партий и их представителей в Facebook и Instagram. На следующем графике (рис. 10) сравниваются основные политические силы: Более всего на свои кампании в социальных сетях потратила «Лига», за ней следует Демократическая партия, в которой не учитываются расходы на личные профили, Маттео Ренци (почти 160 000 евро за рассматриваемый период) и Карло Календа (около 50 000 евро) из-за их выхода из партии сразу после формирования нового большинства.

Spesa Totale (Facebook e Instagram) per Partito

da marzo 2019 a marzo 2020, (€)

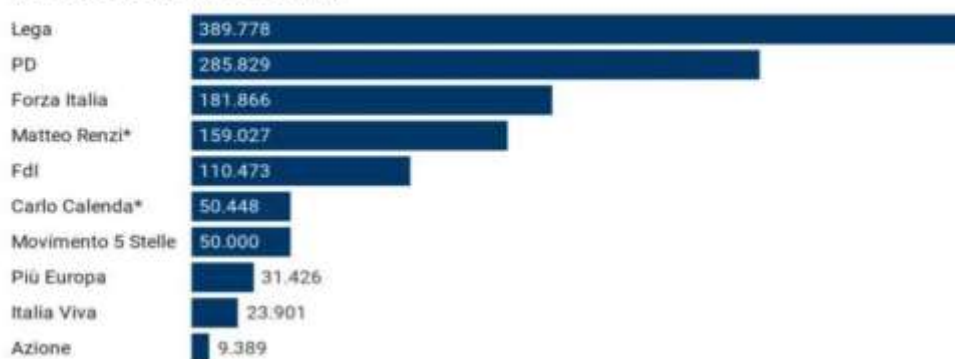


Рис. 10. Количество подписчиков в Facebook

Данные о расходах показывают, насколько Лига Маттео Сальвини инвестирует больше, чем все другие партии, в собственную пропаганду в социальных сетях, что является ещё более впечатляющей цифрой по сравнению с движением 5 звёзд, которое, несмотря на то, что представляло относительное большинство в парламенте в прошлом вложило меньше всего средств за год из всех (кроме More Europe).

Расходы распределяются по-разному от партии к партии. Движение 5 звёзд, например, несмотря на общие расходы всего в 50 000 евро, выделило в среднем почти

2 000 евро на каждую рекламу, концентрируясь, таким образом, на нескольких публикациях с крупным охватом.

Таким образом, чтобы провести полное исследование, необходимо переключить внимание на цифры, отличные от сумм расходов. Например, количество подписчиков в Facebook – хороший показатель, с которого можно начать анализ популярности партии и её основных представителей в социальных сетях.

Социальная сеть Facebook чаще всего используется итальянцами (рис. 2) и политическими силами для охвата своего электората, а профили лидеров часто охватывают гораздо большее количество подписчиков в Facebook, чем в Instagram и Twitter (рис. 3). Страницы самых популярных политиков, как правило, намного популярнее, чем страницы соответствующей партии; например, личная страница Маттео Сальвини имеет более чем 4 миллиона подписчиков, а официальная страница Лиги не имеет и одного миллиона (рис. 4). То же самое можно сказать и о Движении пяти звёзд, хотя данные о расходах могут привести к противоположному мнению (рис. 5). Наиболее интересным значением в этом контексте является динамика количества лайков в течение некоторого периода на личных страницах основных политических лидеров: на рис. 18 показан хронологический ряд развития страниц основных политических деятелей в Facebook, начиная с даты политических выборов 4 марта 2018 г. до 21 марта 2020 г., то есть точного месяца с начала эпидемии коронавируса в Италии. И снова самые впечатляющие цифры у Маттео Сальвини, который является бесспорным рекордсменом с более чем 4 миллионами лайков по состоянию на 21 марта 2020 года. Луиджи Ди Майо же, имея практически половину от количества поклонников Сальвини возглавляет рейтинг среди прочих лидеров.

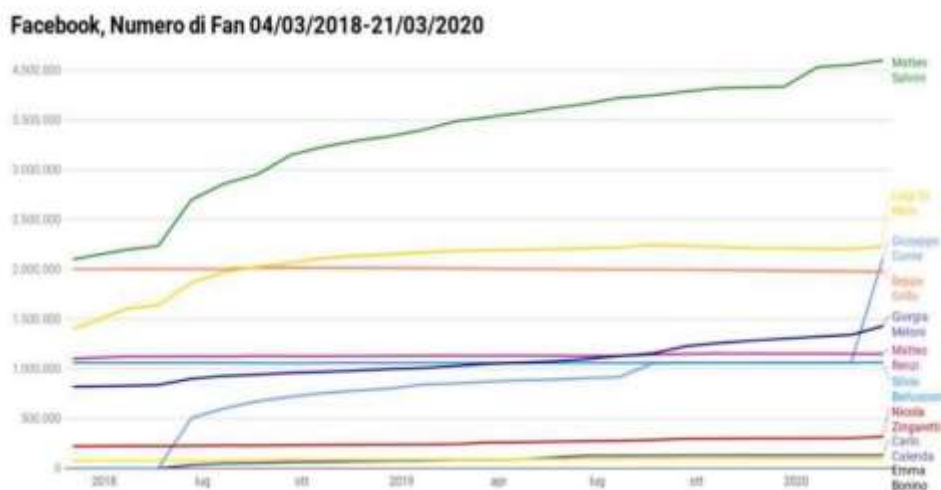


Рис. 11. Динамика количества подписчиков в Facebook

В этом периоде, наиболее развившиеся с точки зрения подписчиков политики, являются основными представителями правительства Конте I, следом же следует лидер Братьев Италии. Выделяются данные, относящиеся к Джузеппе Конте, особенно касательно внезапных изменений наклона кривой последователей ко времени формирования правительства Конте I и вспышки эпидемии нового коронавируса (рис. 12) Особенно во второй из двух упомянутых выше периодов премьер мог наблюдать не только лишь удвоение количества лайков всего за один месяц, но и значительное увеличение взаимодействия под постами и все прочие признаки

внезапного роста своей популярности как в социальных сетях в частности, так и в рамках общего политического ландшафта.

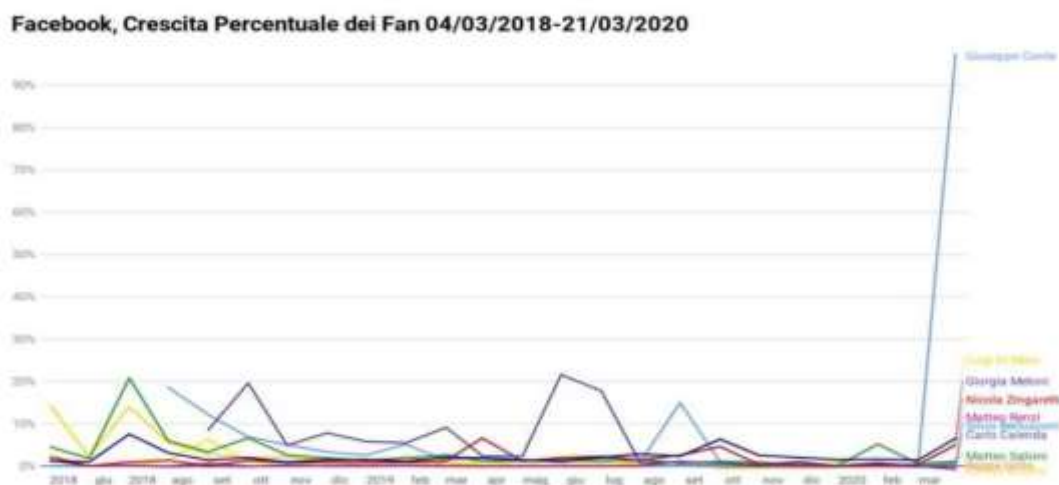


Рис. 12. Динамика количества подписчиков в Facebook

Прирост поклонников на профиле Джузеппе Конте через месяц после начала пандемии настолько высок, что для наблюдения за месячным процентным приростом на страницах других лидеров необходимо вести второй отдельный график, из которого он исключён (рис. 13).

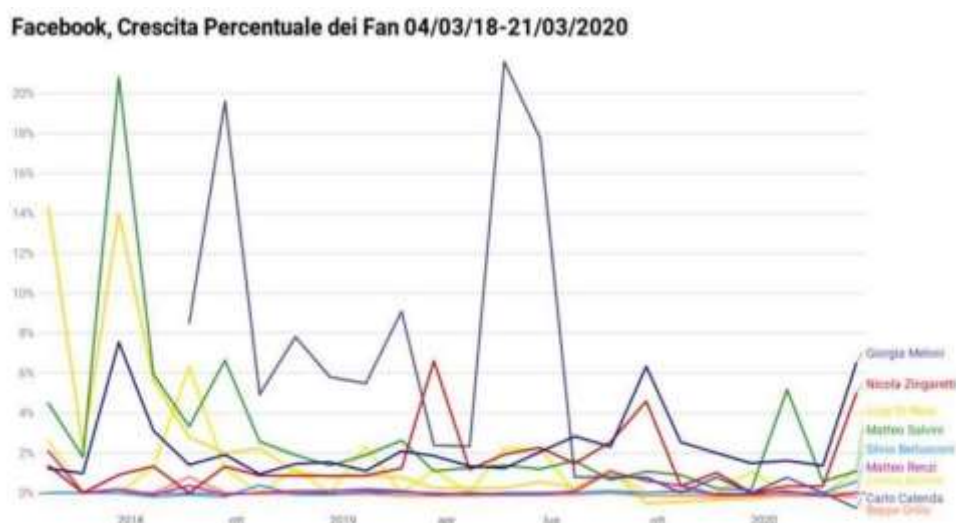


Рис. 13. Динамика количества подписчиков в Facebook

Таким образом, рост на Facebook неодинаков для всех политиков: некоторые вообще не выросли за последние два года, например, Маттео Ренци и Бeppe Грillo, у которых примерно 1 и 2 миллиона подписчиков соответственно; другие росли медленно, но почти постоянно, например, Джорджия Мелони, в то время как другие росли скачкообразно.

Наибольший рост, вероятно, получили те профили, которые сочетали успешные политические предложения с предвыборной точки зрения с эффективной коммуникационной стратегией. Однако недостаточно взглянуть только на данные о

подписчиках – чтобы лучше понять характеристики пропаганды в социальных сетях в итальянской политике, необходимо прибегнуть к другим показателям. Динамика количества постов в день за тот же период, т. е. с марта 2018 г. по март 2020 г., подчёркивает некоторые аспекты стратегии, принятой каждым лидером. Как и ожидалось, самым активным из всех является, в том числе и в этом случае, Маттео Сальвини со средним числом постов в день, которое росло за весь рассматриваемый период времени. Показатель значительно варьируется от месяца к месяцу, сигнализируя о том, что каждая партия решает сосредоточить свою деятельность в определённые периоды или регулировать её в соответствии с наиболее обсуждаемыми темами в рамках публичных дебатов, увеличивая количество публикаций, когда они привлекают к себе внимание, привязать их к темам, которым следует придать больший медийный вес. График на рисунке (рис. 14) показывает, как возросла активность всех рассматриваемых политиков во время европейских выборов. Затем Маттео Ренци решил публиковать больше во время правительственного кризиса и откола от Демократической партии, а Маттео Сальвини значительно увеличил свою активность в Facebook во время выборов в Эмилии-Романье, затем изменив её объёмы в первый момент вспышки эпидемии, вызванной новой коронавирусной инфекцией.

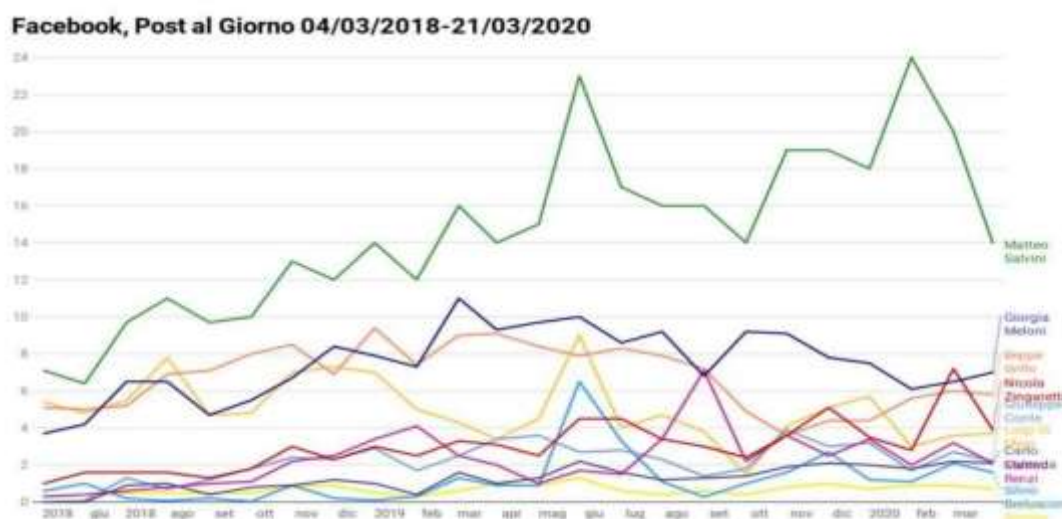


Рис. 14. Динамика количества публикаций в Facebook

Предвыборная кампания перед европейскими выборами была событием, когда среднее количество сообщений в день увеличилось больше всего (рис. 14). Страница Сальвини в Facebook публикует больше всего контента: за два месяца, предшествовавших выборам, было опубликовано около 1 200 сообщений. Как лучше показывает гистограмма (рис. 16), контент Сальвини в рассматриваемый период привлекал больше внимания. Помимо отдельных периодов, победа Лиги была абсолютной в социальных сетях, где по общему количеству взаимодействий в Facebook страница Сальвини получила вдвое больше, чем все остальные партийные лидеры, вместе взятые. Джорджия Мелони и Луиджи Ди Майо по-прежнему добились хорошего результата, а лидеры левоцентристов – Дзингаретти, Календа и Ренци – участвовали менее чем в 5% от общего количества рассмотренных взаимодействий.

Даже число просмотров страницы Сильвио Берлускони – около 640 000 взаимодействий – минимально, особенно по сравнению с более чем 27 миллионами взаимодействий, произошедшими за тот же период на странице Сальвини (рис. 15–16).

По сравнению с европейскими выборами, во время правительственного кризиса на рубеже августа и сентября 2019 года цифры Джузеппе Конте и Джорджии Мелони привлекли к себе много внимания как в плане подписчиков (рис. 19), так и плане взаимодействий (рис. 18). Сальвини в значительной степени оставался преобладающей фигурой, в то время как Джорджия Мелони превзошла Луиджи Ди Майо по вовлечённости, реакциям, комментариям и публикациям на Facebook.

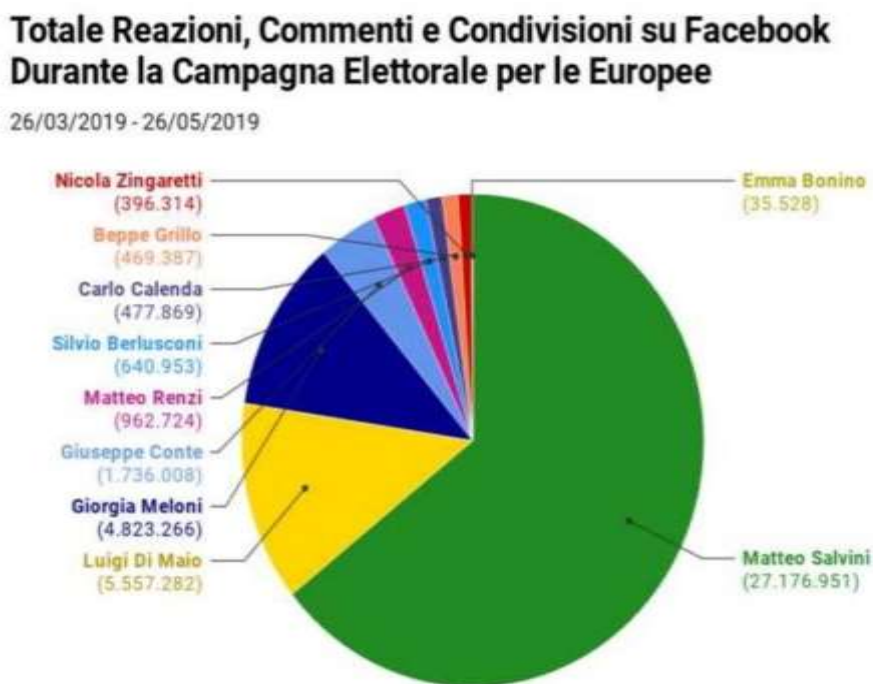


Рис. 15. Взаимодействие с аудиторией в Facebook

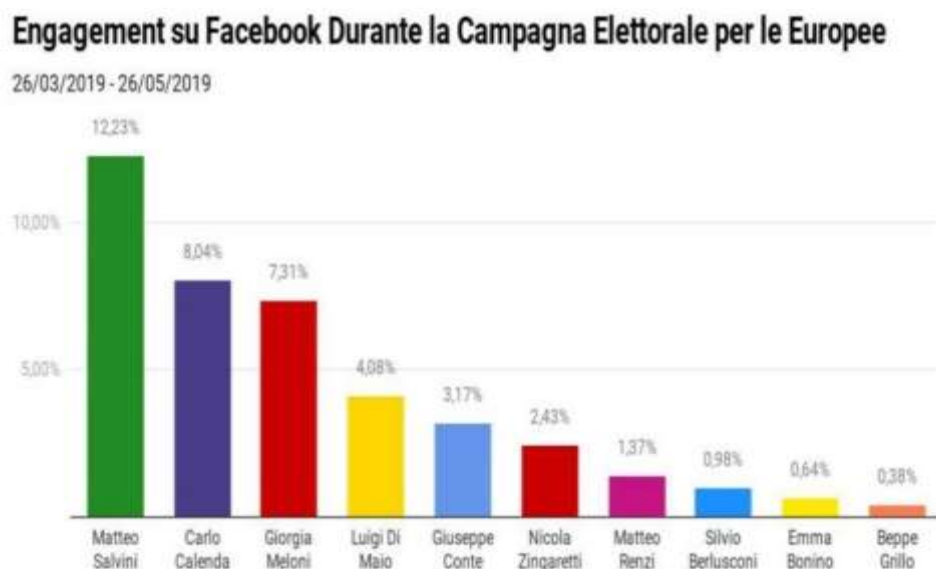
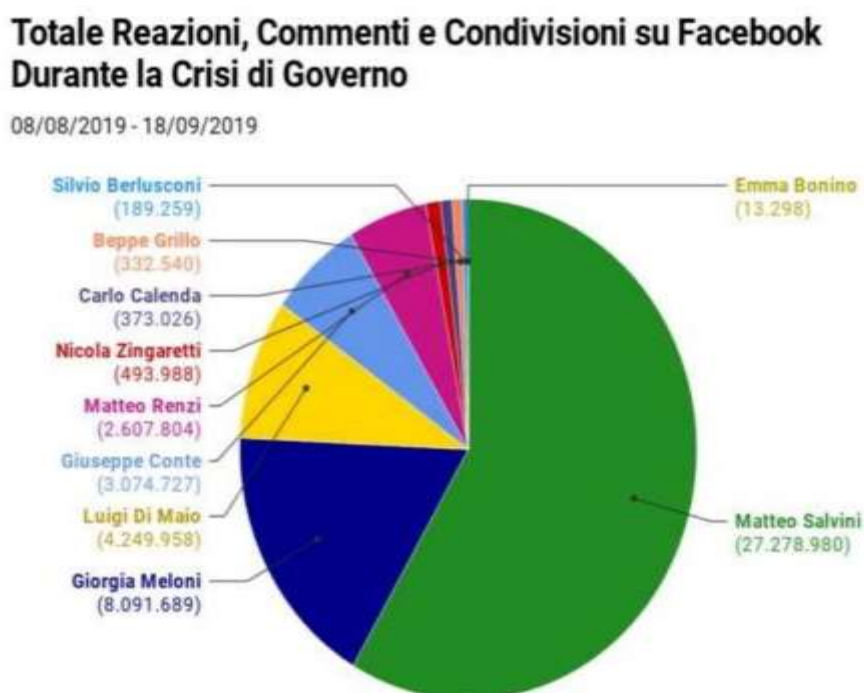


Рис. 16. Взаимодействие с аудиторией в Facebook



Engagement su Facebook Durante la Crisi di Governo

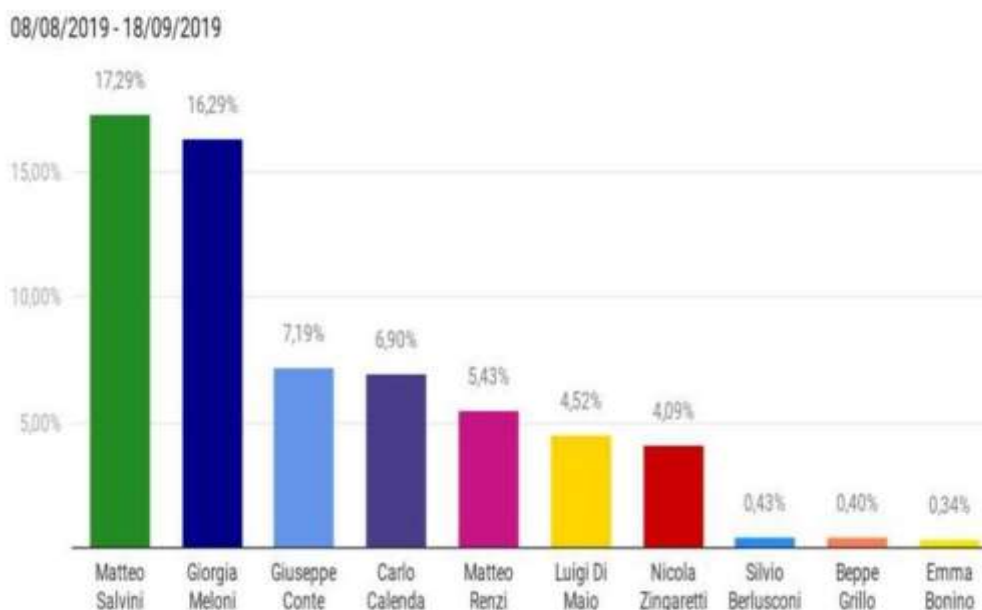


Рис. 17–18. Взаимодействие с аудиторией в Facebook в период правительственного кризиса

Таким образом, данные об участии и взаимодействиях подчёркивают появление новой партии на вершине медийного ландшафта в социальных сетях. Пропаганда, созданная «Братьями Италии», конкурирует с пропагандой Лиги, особенно в том, что касается данных, касающихся боевых действий, когда странице Джорджии Мелони удалось нагнать страницу Маттео Сальвини с к сентябрю.

Тем не менее, «Братья Италии» остаются очень далёкими от результатов Лиги, поскольку страница Сальвини по-прежнему получает более половины откликов, комментариев и репостов, сделанных страницами основных партийных лидеров (рис. 15–17).

В нынешнем итальянском политическом контексте очевидно, что социальные платформы в настоящее время стали фундаментальным элементом политической пропаганды, который может даже играть решающую роль во время избирательных кампаний, отчасти определяя их эффективность.

В этом отчёте показаны некоторые стратегии, принятые различными политическими партиями в Италии за последние два года. В частности, посредством количественного анализа действий в основных социальных сетях и расходов на рекламу можно понять основные характеристики стратегий, используемых партиями для оказания влияния на общественные дебаты в Италии.

Такие элементы, как распределение подписчиков и расходы среди членов, подчёркивают личностные черты партий Маттео Сальвини, Джорджия Мелони или Сильвио Берлускони, в то время как для Демократической партии, Movimento 5 Stelle и Più Europa всё наоборот.

Вместо этого анализ активности в Facebook показывает, как социальные сети используются по-разному: Маттео Сальвини публикует много контента в день и получает отличные результаты взаимодействия, как и Джорджия Мелони, который за последние два года приобрел огромное значение в медийном ландшафте социальных сетей. Другие лидеры, с другой стороны, размещают гораздо меньше сообщений на своих личных страницах и получают меньше взаимодействий, чего, однако, можно ожидать от партий, характеризующихся менее личным использованием социальных сетей.

Список литературы

Риссо Э. Завоевание народа. От конца великих идеологий к новым политическим идентичностям / Э. Риссо. Guerini e Associati, 2019.

Родионова М. Е. Коммуникативные стратегии зарубежных политических акторов в электоральных процессах Франции и США / М. Е. Родионова, И. В. Еременко // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2022. Т. 12, № 7 (88). С. 2564–2584.

Родионова М. Е. Анализ избирательных кампаний западных лидеров в 2020 году: PR-технологии и практика (на примере США) / М. Е. Родионова, И. В. Еременко // Вопросы национальных и федеративных отношений 2022. Т. 12, № 6 (87). С. 2165–2177.

Родионова М. Е. Электоральные процессы в Италии на фоне экономического кризиса (по итогам парламентских выборов 2022 г.) / М. Е. Родионова, В. Г. Гималиев, Н. А. Назарова // Вопросы политологии. 2022. № 10.

Censis. 16° Rapporto sulla comunicazione I MEDIA E LA COSTRUZIONE DELL'IDENTITÀ. Sintesi per la stampa. Roma, 20 febbraio 2020. (СМИ и создание идентичности, 16-й отчёт о коммуникации). URL: https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Sintesi_27.pdf (дата обращения: 10.10.2022).

Паризер Э. Пузырь фильтра: что Интернет скрывает от вас. URL: <https://efim360.ru/puzыр-filtrov-chto-internet-skryvaet-ot-vas-eli-pariser/> (дата обращения: 10.10.2022).



Шаронова Светлана Алексеевна
Российский университет дружбы народов
(РУДН университет),
Москва, Россия.
Sharonova-sa@rudn.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В ТЕОРИИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ⁴²

Аннотация. Активное развитие IT технологий приводит к распространению социальных сетей. Чтобы изучить процессы, происходящие в социальных сетях и влияние их на общество, современные учёные ищут теоретические подходы. Они погружаются в историю социологических знаний, обращаются к трудам Г. Зиммеля, Э. Дюркгейма. Данная статья не затрагивает научные истоки, позволяющие объяснить феномен социальных сетей. Целью данной работы служит стремление рассмотреть то новое, что происходит за последние 10 лет в современных исследовательских работах, посвящённых изучению социальных сетей.

Ключевые слова: теория социальных сетей, Интернет-сети, Net-map

Sharonova Svetlana A.
Peoples' Friendship University of Russia
(RUDN University),
Moscow, Russia.
Sharonova-sa@rudn.ru

CURRENT APPROACHES IN THE THEORY OF SOCIAL NETWORKS⁴³

Abstract. The active development of IT technologies leads to the spread of social networks. To study the processes taking place in social networks and their impact on society, modern scientists are looking for theoretical approaches. They plunge into the history of sociological knowledge, turn to the works of G. Simmel, E. Durkheim. This article does not touch upon the scientific origins that allow explaining the phenomenon of social networks. The purpose of this paper is to look at what's new in the last 10 years in modern research papers devoted to the study of social networks.

Keywords: theory of social networks, Internet networks, Net-map

Введение

Прежде всего, необходимо определиться с понятием «социальная сеть». Как отмечает М. Ю. Кадемия, социальная сеть воспринимается как социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди, группы людей, сообщества, организации) и связей между ними (социальных взаимоотношений) [Кадемия, 2007]. Однако в быту широко распространено понимание социальной сети как сообщество людей, объединённых общими интересами, общим делом или имеющих другие причины для непосредственного общения между собой [Патаракин, 2007].

Применительно к Интернету термин «социальная сеть» впервые использовал Тим О'Рейли – основоположник концепции Web 2.0 в своей статье в 2005 году [O'Reilly, 2005]. Что дало почву для формулирования определения социальной Интернет-сети. И в 2007 году Эллисон и Бойд [Boyd, 2007] определили социальную

⁴² Публикация выполнена при поддержке Программы стратегического академического лидерства РУДН.

⁴³ This paper has been supported by the RUDN University Strategic Academic Leadership Program.

Интернет-сеть как веб-сервис, позволяющий пользователям: 1) создавать открытые (публичные) или частично открытые профили пользователей; 2) создавать список пользователей, с которым они состоят в социальной связи; 3) просматривать и «трассировать» свой список связей и аналогичные списки других пользователей в рамках одной системы.

Как мы видим, с развитием высоких технологий и распространением Интернета определение социальных сетей приобретает технологические характеристики. Происходит расслоение единого исторически сложившегося социологического подхода по крайней мере на два параллельных потока. Несмотря на то, что социальная интернет-сеть воспринимается как веб-сервис, веб-метрики позволяют социологам проводить анализ социальных сетей, либо анализ активности одного пользователя во множестве социальных сетей. Поэтому можно сказать, что в традиционные теории вклиниваются новые формы анализа социальной реальности. В таком контексте теория социальных сетей описывает социальные отношения с точки зрения узлов и связей. Узлы – это отдельные действующие лица в сетях, а отношения между действующими лицами – это связи. Узлы могут иметь много типов связей.

Привнесение новых инструментов в методики социологических исследований

Наиболее значимым вкладом теории социальной Интернет-сети в инструментарий социологических исследований стал набор инструментов Netmap. Говоря технологическим языком, программа NetMap отслеживает доступность узлов Сети по протоколу ICMP.

Один из первых инструментов, на который хотелось бы обратить внимание, это акроним «SNP», разработанный для количественной оценки потенциала социальных сетей человека. Он быстро нашёл применение в маркетинговых исследованиях для классификации людей на основе их потенциала в социальных сетях, оценки респондентов и возможности членов сетей влиять на эти сети. Росс Шучард со своими коллегами проанализировали возможности использования алгоритмов для изучения устойчивости ботов в онлайн социальных сетях [Schuchard, 2019]. Они пришли к выводу, что методологии обнаружения ботов совершенствуются в соответствии с развитием сложности ботов.

Некоторые распространённые приложения сетевого анализа включают агрегирование данных и интеллектуальный анализ, моделирование распространения сети, моделирование и выборку сети, анализ атрибутов пользователя и поведения, поддержку ресурсов, поддерживаемых сообществом, анализ взаимодействия на основе местоположения и фильтрацию, рекомендательные системы разработки и прогнозирования ссылок и разрешение сущностей.

Приложения текстового анализа позволяют большие текстовые массивы превратить в сети, а затем проанализировать с помощью метода анализа социальных сетей. В этих сетях узлы являются социальными субъектами, а ссылки – действиями.

Интеграция поведенческих теорий в методологию социологического исследования

На сегодняшний день можно сказать, что происходит некая ревизия теоретического социологического наследия, чтобы найти базис для понимания феномена социальной сети. Уже существует несколько классификаций, например, наиболее привязанная к классическому наследию, которая объясняет социальные сети через Теорию действия, символический интеракционизм, теории реляционной социологии. Однако в данной работе остановимся на исследовании двух китайских учёных Sun Yalin, Zhang Yan [Sun, 2021]. Они проанализировали отобранные из БД WoS 55 статей, посвящённые социологическим исследованиям социальных сетей за последние 10 лет.

Основными выводами, к которым пришли исследователи, был тот факт, что для объяснения и изучения воздействия феномена социальных сетей на людей социологи используют поведенческие теории. Учёные выделили следующие подходы: диспозиционной разницы, мотивационный. К диспозиционному подходу авторы отнесли теорию привязанности [Bowlby, 1969], теорию временной перспективы [Zimbardo, 1999], теорию социально-когнитивной перспективы идентичности [Berzonsky, 2011]. К мотивационному подходу – теорию использования и удовлетворения [Katz, 1973], теорию самоопределения [Ryan, 2000], теорию потока [Csikszentmihalyi, 1988], теорию принадлежности [Baumeister, 1995], теория «self-escape» [Baumeister, 1990].

Особое место среди поведенческих теорий Sun Yalin, Zhang Yan определили для нейробиологического подхода. Сюда были отнесены теория зависимости от стимулов и сенсibilизации [Robinson, 1993], теория запланированного поведения [Ajzen, 1991] и теория двойных систем [Evans, 2008; Kahneman, 2011]. Теория зависимости от стимулов и сенсibilизации основывается на изменениях в нервной системе, ответственной за приписывание стимулам значимости. Теория двойных систем объясняет решение участвовать (или избегать) поведения как «перетягивание каната» между двумя структурно и концептуально разными типами мозговых систем: импульсивной, в основном автоматической рефлекторной системой, и тормозной, контролируемой рефлекторной системой.

Вообще рефлекторные теории бихевиоризма очень активно задействованы социологами для изучения социальных сетей. Так, теория Павлова (1897) используется для изучения обучающего эффекта социальных сетей, при котором сигналы окружающей среды связываются с безусловными стимулами и последующими реакциями. Теория Скиннера [Skinner, 1938] ложится в основу формирования эффекта обучения в социальных сетях, использующая поощрения и наказания. Теория повторного предъявления вознаграждающего стимула Халла [Hull, 1943] помогает усиливать обучающий эффект социальных сетей. Кроме названных, социологи использовали теорию социального обучения [Bandura, 1977], социально-когнитивную теорию [Bandura, 1989].

Yalin, Zhang Yan кроме поведенческих теорий и теорий бихевиоризма отметили, что социологи в своих исследованиях социальной сети целенаправленно используют технологии. Например, технология создания фреймов [Orlikowski, 1994]. Согласно этому подходу, пользователи имеют определённые когнитивные представления о различных технологиях. Эти представления в дальнейшем формируют области

использования этих технологий. Модель принятия технологии [Davis, 1989] опирается на намерение человека принять новую технологию. На принятие технологии влияют два основных фактора: воспринимаемая простота использования и воспринимаемая полезность. В основе модели использования технологии «потребности-возможности-возможности» (NAF) [Karahanna, 2018] лежат психологические потребности людей, мотивирующие их на использование определённых технологий, а специфические функции, предлагаемые системой, в свою очередь, обеспечивают возможности, которые удовлетворяют эти основные потребности.

Китайские учёные выделили ещё один подход, ориентированный на социальные сети. Теория социального влияния [Kelman, 1958]. На индивидуальное познание и поведение могут влиять три социальных процесса: уступчивость (нормативное влияние ожиданий других), интернализация (совпадение своих целей с целями других членов группы) и идентификация (представление о себе с точки зрения определяющих черт группы). Теория социального капитала [Nahapiet, 1998]. Социальный капитал относится к сумме фактических и потенциальных ресурсов, встроенных в сеть отношений и полученных из неё, которые можно измерить тремя измерениями: структурным, когнитивным и реляционным.

Совершенно новое направление возникло в начале 2000-х гг. в связи с изучением феномена зависимости от социальных сетей. Дэвис [PIU; Davis, 2001] описывает когнитивно-поведенческую модель патологического использования Интернета. По его мнению, симптомы ПИИ являются результатом неадекватных когнитивных функций (ближайшая достаточная причина), которым предшествуют психопатология, внедрение Интернета и ситуационные сигналы (дистальные необходимые причины). Кроме того, социальный контекст человека (т. е. отсутствие социальной поддержки и/или социальная изоляция) также способствует генерализованному ПИИ. Модель социальных навыков проблемного использования Интернета Каплана [PIU; Caplan, 2003] и обновлённая когнитивно-поведенческая модель GPIU Каплана [Caplan, 2010]. Лица, страдающие психосоциальными проблемами (например, недостаточными социальными навыками), могут отдавать предпочтение социальным онлайн-взаимодействиям и использовать Интернет для регулирования своего настроения, что в дальнейшем приводит к недостаточному саморегулированию.

Взаимодействие модели «человек-аффект-познание-выполнение» (I-PACE) конкретных расстройств, связанных с использованием Интернета [Brand, 2016]. Специфические расстройства, связанные с использованием Интернета, считаются следствием взаимодействия между предрасполагающими факторами (например, нейробиологическими факторами и личностными особенностями), модераторами (например, стилями владения и когнитивными предубеждениями, связанными с Интернетом) и медиаторами (например, аффективными и когнитивными реакциями на ситуационные триггеры в сочетании со сниженным исполнительным контролем), усиленным ситуационными процессами.

Заключение

Новым в теоретических подходах социологии изучения феномена социальных сетей стало использование инструментария Интернета. С одной стороны, он позволяет

расширить рамки исследовательских методик, с другой стороны, через понимание принципов моделирования Интернет-пространства изучать социальные сети.

Если говорить о новых социологических теориях, то на данный момент скорее происходит осмысление и анализ уже существующего багажа концептов, объединение их в определённые подходы.

Особенностью формирования таких подходов является использование междисциплинарного пространства. Доминирующими выступают поведенческие теории, поэтому в социологический теоретический багаж активно вклиниваются психологические теории, объясняющие поведение людей.

Список литературы

Патаракин Е. Д. Социальные сервисы Веб 2.0 в помощь учителю: уч.-метод. пос. 2-е изд. / Е. Д. Патаракин. М. : Интуит.пу, 2007. 64 с.

Ajzen I. The theory of planned behavior // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 1991. № 50. P. 179–211.

Bandura A. Social cognitive theory // *Annals of child development* / R. Vasta (Ed.). Greenwich, CT : JAI Press. 1989. Vol. 6, Pp. 1–60.

Bandura A. Social learning theory. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall, 1977. 247 p.

Baumeister R. F. Suicide as escape from self // *Psychological Review*. 1990. № 97 (1). P. 90–113. DOI 10.1037/0033-295X.97.1.90.

Baumeister R. F. The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation / R. F. Baumeister, M. R. Leary // *Psychological Bulletin* 1995. Vol. 117 (3). P. 497–529.

Berzonsky M. Social-cognitive perspective on identity construction // *Handbook of identity theory and research* / Eds. S. J. Schwartz, K. Luyckx, V. L. Vignoles. New York : Springer, 2011. Pp. 55–77.

Bot stamina: examining the influence and staying power of bots in online social networks / R. Schuchard, A. T. Crooks, A. Stefanidis et al. // *Appl Netw Sci*. 2019. № 4 (55). DOI 10.1007/s41109-019-0164-x.

Bowlby J. Attachment and loss: Vol. 1. Attachment. New York : Basic Books, 1969. 326 p.

Boyd D. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship / D. Boyd, N. B. Ellison // *Journal of Computer-Mediated communication*. 2007. № 13 (1). URL: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (дата обращения: 10.10.2022).

Caplan S. E. Preference for online social interaction: A theory of problematic Internet use and psychosocial well-being // *Communication Research*. 2003. № 30. P 625–648. DOI 10.1177/ 0093650203257842.

Caplan S. E. Theory and Measurement of Generalized Problematic Internet Use: A Two-Step Approach // *Computers in Human Behavior*. 2010. № 26 (5). P. 1089–1097. DOI 10.1016/j.chb.2010.03.012.

Csikszentmihalyi M. 'Society, Culture, and Person: A Systems View of Creativity' // *The Nature of Creativity* / R. J. Sternberg (Ed.). New York : Cambridge University Press, 1988. Pp. 325–339.

Davis F. D. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology // *Management Information Systems Quarterly*. 1989. № 13 (3). P. 319–340. DOI 10.2307/249008.

Davis Richard A. A Cognitive-Behavioral Model Of Pathological Internet Use // Computers in Human Behavior. 2001. Vol. 17. Pp. 187–195.

Evans Jonathan St. B. T. Dual-Processing Accounts of Reasoning, Judgment, and Social Cognition // Annu. Rev. Psychol. 2008. № 59. P. 255–278.

Hull C. L. Principles of Behavior. NY : Appleton-Century-Crofts, 1943. 422 p.

Integrating psychological and neurobiological considerations regarding the development and maintenance of specific Internet-use disorders: an Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE) model / M. Brand, K. S. Young, C. Laier, K. Wölfling, M. N. Potenza // Neurosci. Biobehav. Rev. 2016. № 71. P. 252–266. DOI 10.1016/j.neubiorev.2016.08.033.

Kahneman D. Thinking, fast and slow. New York : Macmillan, 2011. 533 p.

Karahanna E. The Needs – Affordances – Features Perspectives for the Use of Social Media / E. Karahanna, S. X. Xu, Y. Xu, N. Zhang // MIS Quarterly. 2018. № 42 (3). P. 737–756.

Katz E. Uses and Gratifications Research / E. Katz, Jay G. Blumler, M. Gurevitch // The Public Opinion Quarterly. 1973. Vol. 37, Is. 4. P. 509–523. DOI 10.1086/268109.

Kelman H. C. Compliance, Identification, and Internalization: Three Processes of Attitude Change // Journal of Conflict Resolution. 1958. № 2 (1). Pp. 51–60.

Nahapiet J. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage / J. Nahapiet, S. Ghoshal // Academy of Management Review. 1998. № 23 (2). P. 242–266.

O'Reilly Tim. What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software // O'Reilly : [сайт]. 09.30.2005. URL: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (дата обращения: 10.08.2022).

Orlikowski W. J. Technological frames: making sense of information technology in organizations / W. J. Orlikowski, D. C. Gash // ACM Transactions on Information Systems, 1994. № 12 (2). P. 174–207.

Robinson T. E. The neural basis of drug craving: an incentivesensitization theory of addiction / T. E. Robinson , K. C. Berridge // Brain Res. Rev. 1993. № 18. P. 247–91.

Ryan R. M. The darker and brighter sides of human existence: Basic psychological needs as a unifying concept / R. M. Ryan, E. L. Deci // Psychol. Inquiry. 2000. № 11. Pp. 319–338.

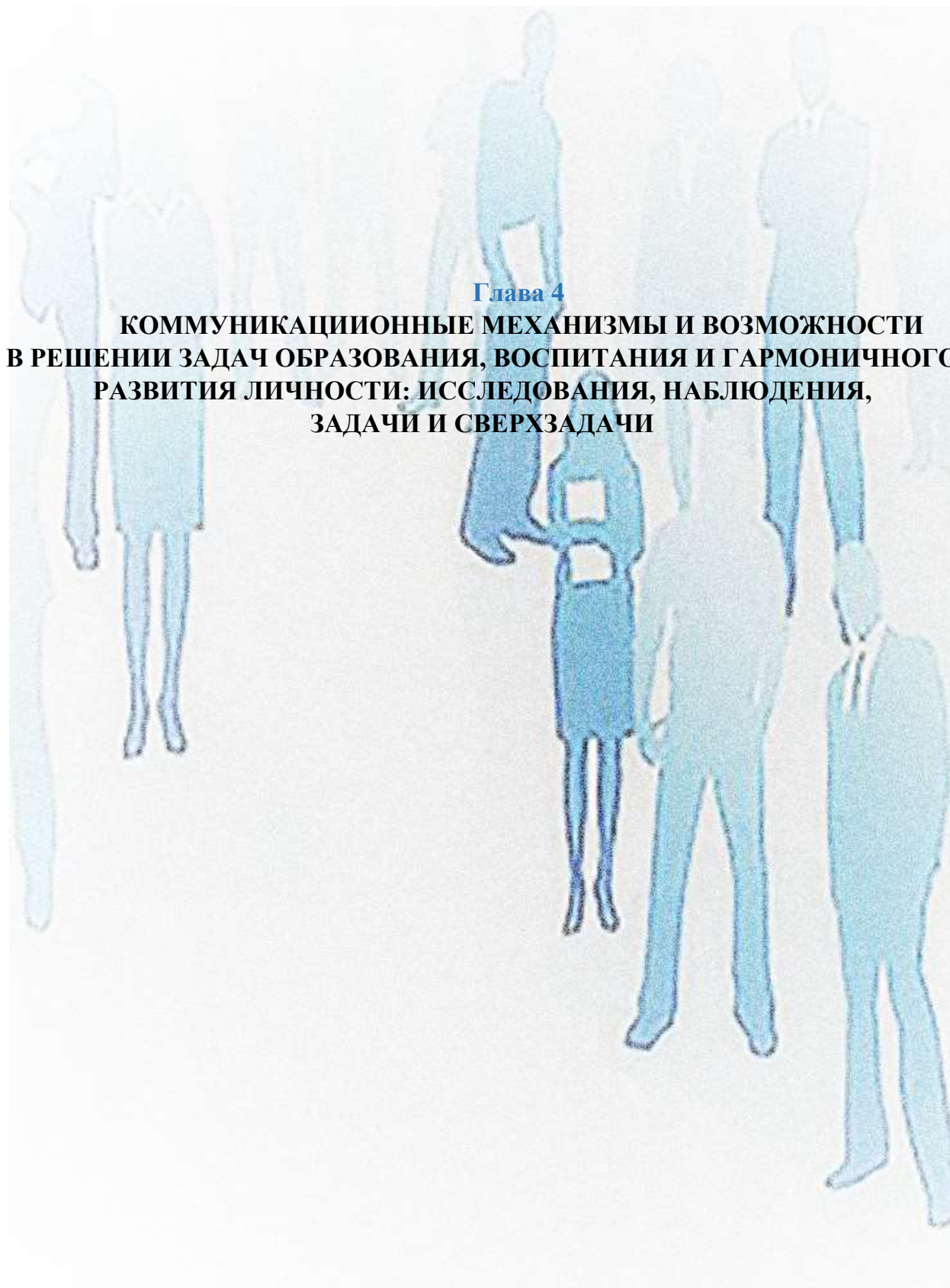
Skinner B. F. The behavior of Organisms: An Experimental Analysis. New York : Appleton-Century, 1938. 457 p. ISBN 1-58390-007-1, ISBN 0-87411-487-X.

Sun Y. A review of theories and models applied in studies of social media addiction and implications for future research / Y. Sun, Y. Zhang // Addictive Behaviors. 2021. Vol. 114. March. P. 106–699. URL: <https://www.sciencedirect.com/journal/addictive-behaviors/vol/114/suppl/C> (дата обращения: 10.08.2022).

Zimbardo P. G. Putting time in perspective: a valid, reliable individual-differences metric / P. G. Zimbardo, J. N. Boyd // Journal of Personality and Social Psychology. 1999. № 77. P. 1271–1288. DOI 10.1037/0022-3514.77.6.1271.

Кадемія М. Ю. Соціальні сервіси веб 2.0 в освітній діяльності // Матеріали методологічного семінару кафедри інформаційних технологій в освіті 2010–2011 р. Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. URL:

http://ito.vspu.net/SAIT/inst_kaf/kafedru/matem_fizuka_tex_osv/WWW/metod_seminar/2008/kademiya/kademiya_2010-2011.htm (дата обращения: 10.08.2022).



Глава 4

**КОММУНИКАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ
В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ ОБРАЗОВАНИЯ, ВОСПИТАНИЯ И ГАРМОНИЧНОГО
РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ: ИССЛЕДОВАНИЯ, НАБЛЮДЕНИЯ,
ЗАДАЧИ И СВЕРХЗАДАЧИ**

[EDN: JROVKR](#)



Антонов Юрий Евстигнеевич
МУ ДПО «Центр развития образования»,
Люберцы, Россия.
uant@rambler.ru

Зюзина Евгения Андреевна
МБДОУ ЦРР – д/с № 11 «Рябинка»,
Подольск, Россия.
govorrusha@yandex.ru

ВЛИЯНИЕ КОНКУРСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПОВЫШЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО И СОЦИАЛЬНОГО СТАТУСА ПЕДАГОГА ДОШКОЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. Целью статьи является анализ влияния конкурсной деятельности на повышение профессионального статуса педагога дошкольной образовательной организации. Авторами рассматривается конкурсная деятельность как эффективная форма социальной коммуникации и обобщается практический опыт участников и организаторов всероссийского профессионального конкурса «Воспитатель года России».

Ключевые слова: конкурсная деятельность, социальная коммуникация, коммуникативное поле, самоорганизация, социальные связи, профессиональные взаимодействия, коммуникационный субъект, профессиональный статус педагога

Antonov Yury E.
MI APE «Education Development Center»,
Lyubertsy, Russia.
uant@rambler.ru

Zyuzina Evgenia A.
MBPEI CDC – kindergarten №11 «Rowan»,
Podolsk, Russia.
govorrusha@yandex.ru

«THE INFLUENCE OF COMPETITIVE ACTIVITY ON IMPROVING THE PROFESSIONAL AND SOCIAL STATUS OF A TEACHER OF A PRESCHOOL ORGANIZATION»

Abstract. The purpose of the article is to analyze the impact of competitive activities on improving the professional status of a teacher in a preschool educational organization. The authors consider competitive activity, as an effective form of social communication, and summarizes the practical experience of the participants and organizers of the professional competition «Educator of the Year of Russia».

Keywords: competitive activity, social communication, communicative space, self-organization, social connections, professional interactions, communication subject, professional status of a teacher

В различных источниках встречается несколько определений профессиональной конкурсной деятельности. Одно из них: «конкурсная деятельность» – это форма социальной коммуникации педагога дошкольной образовательной организации (далее – ДОО). В свою очередь, «социальная коммуникация» рассматривается как «процессы

социального взаимодействия между людьми как объектами и субъектами социальных процессов» [Гавра, 2011: 18].

На старте активного конкурсного движения отмечалось: «Сегодня в дошкольном образовании много людей без профильного образования или рекрутированных из смежных профессий. Наиболее низкие критерии на входе в профессиональную группу существуют в муниципальных детских садах. Чаще всего педагоги-дошкольники декларируют альтруистические профессиональные мотивы, так как их деятельность направлена на социально значимые цели. Успешное длительное пребывание в профессии педагога возможно только в том случае, если педагогу удаётся найти компромисс между этикой альтруистического служения (52,1% респондентов) и возможностями личной профессиональной самореализации». [Антонов, 2014: 4–5]

«Успешность конкурсного движения связана с высокой миссией Учителя и практической направленностью в развитии конкурентоспособности педагогов, что обеспечивается высоким уровнем их профессиональной компетентности, включающей коммуникативную компетентность как интегральное качество учителя». [Пахомова, 2016: 63]

Профессиональный конкурс, как социальный фактор, отчасти влияет на мобилизацию всех внешних и внутренних ресурсов образовательной организации, повышает результативность её деятельности, расширяет коммуникативное пространство, обеспечивает положительное изменение её рейтинга среди других муниципальных детских садов, гарантирует качественное изменение медийного образа и социального статуса.

Профессиональные конкурсы в образовании полифункциональны, их макрофункция – «выявление лучших» через организацию поля сравнительных оценок и ранжирования представленных материалов-номинантов (что в русле насущной сегодня проблемы диверсификации экспертизы в образовании) и, в конечном счёте, с учётом *профессионально-эмоционального контекста – повышение квалификации конкурсантов*. [Черник, 2019: 22]

Одной из задач исследования было выявление мнения информантов о влиянии социальной коммуникации на результативность профессиональной конкурсной деятельности педагога, постепенная систематизация фактов расширения внутреннего и внешнего коммуникативного поля при подготовке к конкурсу и в постконкурсный период, а также оценка изменений социального статуса представителей этой профессиональной группы.

Актуализация инструментария для понимания проблем социальной коммуникации в ходе экспресс-интервью с победителями конкурсов основана на данных экспертных опросов по формированию рейтингов лидеров дошкольного образования. Следует отметить, что в процессе рейтингования лучших воспитателей на основе итогов конкурсов (2014–2021 гг.) принимали участие профсоюзные лидеры, представители Государственной Думы РФ, известные учёные, преподаватели педвузов, методисты НМЦ, члены жюри конкурсов профессионального мастерства. [Антонов, Деркаченко, Пронина, 2020: 22]

Методология экспресс-опроса в контуре цели исследования о выявлении форм социальной коммуникации профессионалов дошкольной сферы основана на анализе

интервью 12 информантов, а именно победителей, лауреатов и экспертов федеральных конкурсов из 8 регионов, а также анализе их постконкурсной деятельности по публикациям и комментариям в соцсетях и на персональных сайтах.

Точка зрения одного из экспертов конкурса: «Участие педагогов в конкурсном движении, несомненно, оказывает положительное влияние на его профессиональный рост и развитие. Педагог, решивший принять участие в конкурсе, проявляет себя как зрелый, уверенный профессионал, ведь если хочешь добиться успеха – ты должен провести детальный самоанализ своей деятельности, систематизировать собственные знания, сделать акцент на собственной педагогической находке».

«Конечно, конкурс – стрессовая ситуация для педагога, требующая предельной концентрации, усердия, времени, материальных затрат. Но если ожидаемый результат достигнут – педагог заявил о себе, возможно, занял какое-то призовое место, то это, конечно, влияет на его жизнь: приобретает уверенность в себе, желание дальше развиваться, не останавливаться на достигнутом результате, подаёт положительный пример для коллег. А для детского сада – формируется положительный имидж в социуме».

Авторитетным профессиональным конкурсом для педагогов дошкольного образования России является всероссийский конкурс «Воспитатель года» [История конкурса].

Предположили, что важной содержательной единицей для понимания профессионального статуса в ходе установочных мероприятий конкурсной деятельности (тренингов, курсов повышения квалификации, летних лагерей и пр.) стали социальные коммуникации. Мнение одного из победителей конкурса: *«Важно для эффективного информационного обмена с коллегами, быстрого принятия верных решений и налаженности работы по подготовке к конкурсу. Эффективная внутренняя коммуникация помогает сделать атмосферу окрыляюще-вдохновляющей, внешняя также важна – постоянный обмен информацией и компетенциями с коллегами других организаций придаёт уверенности в своих силах, направляет и корректирует работу».*

Масштабы конкурсного движения можно оценить из данных пресс-релизов конкурса. Официальная информация указывает, что в 2021 году свыше 40 тысяч воспитателей из разных регионов РФ приняли участие в региональных этапах конкурса [Пресс-релиз...]. Каждая образовательная организация, принимающая участие в конкурсе, разрабатывает свои принципы подготовки к конкурсной деятельности. Подготовка участников состоит из нескольких компонентов и является результатом эффективной внутренней и внешней социальной коммуникации.

Компоненты подготовки педагогов к участию в профессиональных конкурсах:

- содействие профессиональному и творческому самовыражению педагогов;
- грамотное методическое сопровождение;
- всесторонняя взаимопомощь и психологическая поддержка;
- поддержка социальных партнёров и поиск внешних источников материальных ресурсов.

Информанты отмечают, что *«главный компонент подготовки – это командная работа...»*.

Следует отметить, что в процессе подготовки конкурсных мероприятий значительно расширяются социальные связи не только организации, где работает педагог, но и его самого. *«Участие в тренинг-лагере, организованном Всероссийским профсоюзом образования, стало поводом для знакомства со многими коллегами: педагогами-наставниками, воспитателями, учителями начального и общего школьного образования из разных регионов страны. Вместе, в составе организованных команд, мы выполняли творческие задания, повышали профессиональную квалификацию, выступали с мастер-классами, организовывали театральные выступления. Считаю, что это – уникальный опыт, который способствовал развитию многих профессиональных компетенций: самоорганизации, творческого подхода к решению задач, коммуникативной компетенции, стрессоустойчивости»*.

Обычно коммуникационное пространство педагога образовательной организации включает в себя всех участников образовательного процесса (коллектив муниципального ДОО, детей, родителей). В условиях конкурса педагог получает экспертную оценку своей деятельности членами жюри. Становится участником новых коммуникационных групп, в частности – членом регионального клуба «Воспитатель Подмосковья», «Ассоциации педагогов ДОО Московской области», «Ассоциации лучших ДОО и педагогов», участником всероссийского профсоюзного тренинг-лагеря «Мастерская успеха». Это создаёт условия для расширения горизонтов профессионального взаимодействия, распространения собственных эффективных педагогических практик и на этой платформе повышения профессионального статуса.

«Конкурс – это всегда общение. Он не только даёт возможность поделиться своим опытом и познать опыт коллег, участие в конкурсе расширяет профессиональные границы педагога. В конкурсе не бывает «случайных» людей. Начиная с подготовки и заканчивая постконкурсной жизнью, человек постоянно в коммуникации. На сегодняшний день конкурс «не отпускает» меня. Пройдя через такое испытание, я продолжаю – сотрудничаю со многими людьми практически во всех субъектах РФ. Я являюсь председателем Всероссийского клуба воспитателей «Созвездие» и с удовольствием продолжаю общаться после своего конкурсного участия с коллегами из различных регионов России, спонсорами, организаторами конкурса, родительской общественностью. Помимо этого, четвёртый год я работаю в составе Организационного комитета Заключительного этапа конкурса «Воспитатель года России» и являюсь секретарём счётной комиссии. У меня есть возможность окунуться в конкурс со всех сторон: участник, организатор член жюри руководитель постконкурсного движения. И это классно! Это даёт возможность полностью реализовать миссию лауреата – вдохновлять и мотивировать коллег на общение, сотрудничество и повышение статуса педагога дошкольного образования».

Возможный карьерный рост, по нашим данным, явно характеризуют стартовые персональные амбиции участников конкурсов – дошкольных специалистов (воспитателей, дефектологов, психологов) и вместе с тем они находятся в контуре амбиций руководителей ДОО, профессионального союза и муниципальных управленческих структур. После успешного участия в конкурсах профессиональные связи и коммуникативное взаимодействие значительно расширяются более, чем для

40% конкурсантов. *«Мой статус даёт возможность общаться со всеми победителями прошлых лет и быть в курсе их профессиональной деятельности. Со многими из них действуют краткосрочные или длительные проекты: педагоги из Московской области расширяют профессиональные коммуникации в других регионах России в рамках деятельности Всероссийского клуба воспитателей «Созвездие», повышая тем самым статус своего образовательного учреждения, своего города».*

По-видимому, на повышение конкурсной результативности наряду с тренингами, курсами оказывает влияние вовлечение в конкурсную деятельность внешних акторов социальные взаимодействия. Например, к разработке педагогического проекта «Гномики в домике» для областного этапа конкурса привлекались новые социальные партнёры, а именно производитель деревянной игрушки «Бабенская токарная игрушка» (ТиНАО г. Москвы). Производитель обеспечил участника конкурса деревянными куклами-гномиками «для упражнений жестовой и пальчиковой гимнастики *«Жили-были гномики»*, *«Дом гномов»* [Зюзина, 2019: 16], мастера производства провели мастер-класс для воспитанников по росписи традиционной деревянной игрушки. Проект «Детский информационно-издательский центр «Открытие»» потребовал поиск новых социальных партнёров, которые. В конечном счёте, смогли преобразовать предметно-пространственную среду детского сада в комплекс для проведения внешних мероприятий. Международная компания-ритейлер «LEROY MERLIN» предоставила необходимое оборудование для организации Медиатеки и Пресс-центра детского сада. Для конкурсантов из Подольска медийный образ, как важный индикатор профессиональной деятельности, сопровождали представители муниципальных СМИ: газеты «Местные вести» и «Подольский рабочий», Подольский телеканал «Кварц», «Радио Подольска» (МАУ «Медиацентр»). В рамках проектов социального взаимодействия были организованы экскурсии и тематические прогулки, обеспечено участие воспитанников в мероприятиях: «Мастер-класс для юных журналистов», конкурс «Читаем Пушкина» и др.

По одной из наших гипотез, диапазон деятельности в конкурсе, с одной стороны, ограничивается одноразовым участием «по указке» сверху, а, с другой стороны, постепенной самоорганизацией конкурсантов по тематике номинаций, что, возможно, свидетельствует о повышении их профессионального статуса. Данная гипотеза отчасти подтвердилась в ходе анализа материалов федеральных научно-общественных конкурсов:

– «Восемь жемчужин дошкольного образования», где самоорганизация профессионалов прослеживается благодаря проведению системы тематических семинаров (лидеры нового уровня профессиональной коммуникации представляли организации Ростова-на-Дону, «Эрмитажного детского сада», Курска);

– сетевых проектов «Разумчик» Екатеринбурга, «Лиги дошкольного образования» Рязанской области

– выставочных проектов участников из гг. Люберцы, Обнинск, Подольск [Антонов, Пронина, 2021: 11–18].

Следует отметить, что, по мнению ряда экспертов в настоящее время *«явно пройден пик успеха конкурсной деятельности и заканчивается активный среднесрочный социокультурный цикл конкурсного движения»* в связи с ростом проблем профессиональной сегрегации дошкольных педагогов в школьных комплексах, давлением «спонсоров» и ограниченными финансовыми возможностями региональных систем образования.

Список литературы

Антонов Ю. Е. Профессионализация воспитателя: реалии современности и перспективы // Деятельность образовательных организаций по реализации ФГОС дошкольного и начального общего образования. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. Орехово-Зуево : МГОГИ, 2014. С. 4–5.

Антонов Ю. Е. Профессионалы дошкольных образовательных организаций России / Ю. Е. Антонов, Н. В. Деркаченка. Е. И. Пронина // Воспитатель ДОУ. 2020. № 9. С. 22–31.

Антонов Ю. Е. Новый опыт эффективного сопровождения конкурсной деятельности / Ю. Е. Антонов, Е. И. Пронина // Инструктор по физкультуре. 2021. № 7. С. 11–18.

Гавра Д. П. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Д. П. Гавра. СПб. : Питер, 2011. 288 с.

Зюзина Е. А. Модель эффективной образовательной среды по формированию звуковой аналитико-синтетической активности старших дошкольников с применением игрового приёма «Гномики в домике» / Е. А. Зюзина // Сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития образования». Орехово-Зуево, 2019. С. 16–23.

История конкурса // Воспитатель года России : [сайт]. URL: <https://vospitatelgoda.ru/competition/history> (дата обращения: 19.09.2022).

Пахомова Е. М. Роль конкурсов профессионального мастерства в современном образовании / Е. М. Пахомова // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, к 25-летию кафедры педагогики и психологии. М. : ФГАОУ ДПО АПК и ППРО. 2016. С. 55–63.

Пресс-релиз Заключительного этапа Всероссийского профессионального конкурса «Воспитатель года России» в 2021 году // Клуб «Созвездие» – Всероссийский клуб «Воспитатель года» : [сайт]. URL: <https://vospitatel-goda.ru/wp-content/uploads/2021/09/press-reliz-2021.pdf> (дата обращения: 10.09.2022).

Черник Б. П. Конкурсы в образовании: современная интерпретация профессионально-педагогических ресурсов. Дошкольное образование: педагогический поиск // Сборник научно-методических статей с международным участием / Под общей редакцией Б. П. Черника. Новосибирск : Агентство «Сибпринт», 2019. С. 22–31.

[EDN: XYWVDH](#)



Брюно Виктория Владимировна
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
victoria.bruno@mail.ru

РОЛЬ ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЫ В ФОРМИРОВАНИИ ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ И МОЛОДЁЖИ

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению влияния Интернета и виртуальной среды на формирование девиантного поведения подростков и молодёжи. Фокус работы сосредоточен на трёх видах девиантной активности молодёжи в Интернете: рискованном сексуальном поведении; участии в группах, пропагандирующих асоциальное, девиантное поведение; участии в группах ненависти. Приводятся данные опросов школьников и студентов, проведённые сектором социологии девиантного поведения Института социологии ФНИСЦ РАН (2018 г., 2021 г.). Показано, что современная виртуальная среда может быть благодатной почвой для поддержки девиантного образа жизни и формирования некоторых форм девиантного поведения.

Ключевые слова: девиантное поведение, подростки, молодёжь, Интернет, виртуальная среда, онлайн-опрос

Briuno Viktoriia V.
Institute of Sociology of the FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
victoria.bruno@mail.ru

THE ROLE OF THE VIRTUAL SPACE IN THE FORMATION OF DEVIANT BEHAVIOR OF ADOLESCENTS AND YOUTH

Abstract. The article is devoted to the influence of the Internet and the virtual environment on the formation of deviant behavior of adolescents and young people. The work focuses on three types of deviant activity of young people on the Internet: risky sexual behavior; participation in groups that promote antisocial, deviant behavior; participation in hate groups. The data of surveys of schoolchildren and students conducted by the sector of the sociology of deviant behavior of the Institute of Sociology of the Federal Scientific Research Center of the Russian Academy of Sciences (2018, 2021) are presented. It is shown that the modern virtual space can be fertile ground for supporting a deviant lifestyle and the formation of some forms of deviant behavior.

Keywords: deviant behavior, teenagers, youth, Internet, virtual space, online survey

Происходящие в российском обществе перемены придали социализации молодого поколения довольно стихийный характер. По этой причине социум постепенно утрачивает систему социального контроля над процессом становления подрастающего поколения. Сегодня многие традиционные институты социализации, такие как семья, школа, детские и молодёжные организации теряют своё значение. На смену им зачастую приходят неформальные структуры, в результате чего включение в социум подростков приобретает всё более негативный характер. Так, в последнее десятилетие процесс социализации детей и подростков всё активнее дополняется средствами массовой информации и массовых коммуникаций, главным из которых

является сеть Интернет, ставшая чуть ли не важнейшим институтом социализации, образования и просвещения нового поколения, в определённой мере замещающая традиционно сложившиеся формы. Молодёжь активно включена в виртуальный социум, который, с одной стороны, находится в очень тесном взаимодействии с миром реальным и оказывает значительное влияние на систему взаимоотношений молодых людей, а с другой – представляет собой альтернативный способ социального взаимодействия. В виртуальном пространстве индивид получает некоторый социальный опыт, который затем может воспроизводиться как в онлайн, так и в офлайн реальности. По мнению исследователей П. М. Айсина и А. А. Нестерова, традиционная социализация и кибер-социализация могут как взаимно дополнять друг друга, так и противоречить друг другу [Айсина, Нестерова, 2019].

Согласно данным опросов ВЦИОМ, среди молодёжи 18–24 лет ежедневно пользуются Интернетом 96%, при этом 72% молодёжи проводят в Интернете более трёх часов [База результатов... 2021; Медиапотребление...2021]. Опросы студенческой молодёжи, проводимые сектором девиантного поведения ФНИСЦ РАН (2018 г., 2021 г.) свидетельствуют, что «серфинг» в Интернете и общение в социальных сетях лидируют в списке различных способов проведения досуга. Можно констатировать, что у современной молодёжи сформирована новая ценность, заключающаяся в использовании виртуальных социальных сетей. Человек, не имеющий доступа к Интернету, не имеющий своего аккаунта в популярной социальной сети с большой вероятностью будет считаться несовременным и вряд ли будет принят сверстниками

Медиасреда оказывает существенное как положительное, так и негативное влияние на сознание и поведение подростков и молодёжи, становление их системы ценностно-нормативных ориентаций и установок. С одной стороны, интернет-пространство является развивающей сферой. С другой стороны, ускользя от контроля и воспитательных воздействий, подростки в виртуальной среде подвергаются опасностям, которые не могут быть оценены ими своевременно и в полной мере. Существенное ослабление социального контроля ставит нынешнего подростка в ситуацию, когда он оказывается «один на один» с соблазнами и искушениями современного мира, а также остаётся незащищённым от рисков внешнего мира, в частности в виртуальной реальности. В настоящее время наибольшие риски взросления связаны с вторичной социализацией в виртуальной среде, причём эти процессы отличаются стихийностью и в наименьшей мере подвержены контролирующим воздействиям.

Г. В. Солдатова и её коллеги выделяют несколько видов подобных рисков: 1) риски, связанные с контентом (просмотр информации, вызывающей стресс); 2) коммуникативные риски, связанные с вероятностью столкновения пользователя с различными нежелательными агентами (различные формы кибербуллинга, сексуальных домогательств и т. д.); 3) технологические риски, связанные с трудностями взаимодействия пользователя с веб-сайтами/приложениями социальных сетей, а также взломом учётных записей пользователя; 4) риски, связанные с потребителем, включая интернет-мошенничество (поддельные интернет-магазины или благотворительные организации и т. д.); 5) риски интернет-зависимости [Солдатова и др., 2019].

В последние годы всё большую озабоченность научного сообщества вызывает воздействие средств массовой коммуникации, медиа продукции, виртуальных социальных сетей в Интернете на формирование девиантного поведения. Снижение патерналистского контроля, характерное для виртуального взаимодействия, делает глобальную сеть тем пространством, в котором молодёжь может осуществлять социально не одобряемую и табуированную деятельность. Исследователь Бьюнг Ли выделяет две теоретические основы, объясняющие возникновение девиантного поведения в Интернете: теорию самоконтроля и теорию социального научения [Lee, 2018]. Теория самоконтроля предполагает, что люди с низким уровнем контроля имеют более высокий шанс участвовать в девиантных действиях онлайн (например, демонстрация материалов откровенно сексуального характера в сети, онлайн-домогательства, кибербуллинг и др.) [Holt et al., 2015]. Более того, подростки, у которых более высокая установка на поиск острых ощущений и которые позитивно относятся к риску чаще, участвуют в различных деструктивных активностях в Сети [Weisskirch, Murphy, 2004]. Согласно теории научения, взаимодействие с девиантными сверстниками, в том числе онлайн-взаимодействие, является основным предиктором кибер-девиантности [Lee, 2018].

Среди научных исследований формирования девиантного поведения в Интернете выделяются три основные категории: 1) рискованное и девиантное сексуальное поведение (например, просмотр порнографии); 2) группы социальной поддержки, пропагандирующие асоциальное, девиантное поведение (например, посвящённые наркопотреблению, самоубийствам, самоповреждающему поведению, выступающие за анорексию и др.); 3) группы ненависти (например, посвящённые экстремизму, запрещённой в РФ криминальной субкультуре А.У.Е., «скулшутингу» и др.).

Рискованное сексуальное поведение. Наиболее значимые риски и негативные последствия виртуальной сексуальной активности – аддикция, компульсивное сексуальное поведение, проблема педофилии и интернет-груминга (установление взрослым человеком доверительных отношений с ребёнком с сексуальными целями), распространение интернет-проституции и, как следствие, распространение ВИЧ и инфекций, передающихся половым путём. Анонимный онлайн-опрос (2018 г.), инициированный исследователями сектора социологии девиантного поведения Института социологии ФНИСЦ РАН в виртуальных молодёжных группах («Анонимные опросы», «Опросы ВКонтакте», N=1564), позволил выявить наиболее распространённые виды сексуальной активности в Сети среди участников 15–17 лет и 18–24 лет. Просмотр порнографии занимает лидирующее положение во всей виртуальной сексуальной активности среди обеих возрастных групп (50% и 54%) Среди отметивших этот вариант преобладают юноши. Второй по популярности виртуальной сексуальной активностью являются коммуникационные действия – эротическая переписка в сети («секстинг»): 21% среди опрошенных респондентов 15–17 лет и 37% среди респондентов 18–24 лет. Пересылка другим лицам собственных фотографий интимного содержания: 21 и 24% соответственно, занятие виртуальным сексом («киберсекс») 4% и 10% соответственно, публикация в открытом доступе

собственных эротических фотографий или видео в Интернете, социальных сетях: 2% и 6% соответственно; пересылка кому-либо интимных фото/видео своего сексуального партнёра: 1% и 5% соответственно.

Исследование потенциальных рисков, которые несёт в себе общение в Интернете, позволило выявить связь между виртуальной сексуальной активностью и рискованным сексуальным поведением. Интернет значительно упрощает поиск сексуального партнёра, расширяя возможности выбора, количество социальных контактов. Опрос студентов (2018 г.) показал: 42% студентов из социальной сети ВКонтакте хотя бы раз искали сексуального партнёра с помощью интернета, 33% опрошенных отметили, что находили партнёра в Сети. При этом оказалось, что студенты, ведущие активную виртуальную сексуальную активность, имеют большее количество сексуальных партнёров, чаще вступают в беспорядочные половые контакты (30% против 11% из группы, не ведущих сексуальную активность онлайн), реже используют средства предохранения, что повышает риск заболеваемости ИППП.

Социальная опасность виртуальной сексуальной активности заключается в том, что пересылаемый или выкладываемый в Сеть материал очень легко и быстро распространяется, при этом, если материал хотя бы раз стал доступен в публичном пространстве, автор не имеет никакой возможности контролировать процесс распространения. Всё это создаёт платформу для злоупотребления возможностями IT-пространства среди подростков и молодёжи и облегчает деятельность педофилов, шантажистов, лиц, занимающихся Интернет-грумингом [Брюно, 2019].

Асоциальные и девиантные виртуальные группы. Несмотря на то, что, по мнению некоторых специалистов, потенциальные опасности Интернета несколько преувеличены, фактом остаётся то, что сегодня Интернет предоставляет огромный выбор самых разнообразных виртуальных сообществ, в том числе девиантной направленности. Исследователи Е. В. Васкэ и О. И. Горюнова при анализе контента 228 девиантных интернет-сообществ, расположенных в социальных сетях «ВКонтакте» и «Instagram» (с 2022 г. запрещена в РФ), выявили, что деятельность этих интернет-групп направлена на формирование у их посетителей стереотипов деструктивного поведения различной степени и направленности (например, самоповреждающее поведение, членовредительское, суицидальное, рискованное и виктимное онлайн-поведение) без критического понимания со стороны посетителей [Васкэ, Горюнова, 2018].

Отечественные и зарубежные исследования самоповреждающего поведения («selfharm») выявили некоторые тревожные моменты. Было обнаружено, что молодые люди, сообщающие о преднамеренном причинении себе вреда, с большей вероятностью сообщают о рискованном поведении в Интернете (например, предоставление личной информации незнакомцу в Интернете) [Mitchell, Ybarra, 2007]. Обзор научных публикаций, проведённый авторами Польская Н. А. и Якубовская Д. К., показал, что от 38 до 50% подростков и молодых людей демонстрируют в сети самоповреждающее поведение и членовредительство [Польская, Якубовская, 2019]. Более того, некоторые виртуальные группы, призванные оказывать информационную и моральную поддержку лицам с самодеструктивным поведением, на практике поощряли подобные действия и лишь укрепляли эти практики и убеждения [Whitlock et al., 2006].

В исследованиях сектора девиантного поведения ФНИСЦ РАН выявлено, что при подготовке школьных заданий с использованием интернет-материалов по проблеме наркотизации учащиеся сталкивались с про-наркотическими виртуальными группами (например, в социальных сетях и мессенджерах), контент которых не всегда могли адекватно оценить. Наряду с профилактическим воздействием, некоторые материалы по наркотикам оказывают контрпродуктивное влияние, пробуждая любопытство и желание попробовать наркотик, приобщиться к группе потребителей.

Группы ненависти. Группы ненависти продолжают привлекать внимание исследователей, стремящихся понять, как Интернет влияет на агрессивное или насильственное поведение и убеждения людей. Хотя степень влияния виртуальных групп ненависти на фактическое поведение остаётся неясной, анализ контента различных виртуальных групп ненависти, проводимый специалистами различных сфер, показывает, что большинство подобных групп содержат материалы, носящие провокационный, агрессивный характер (например, игры, визуальные картинки, тексты, символику). Многие из подобных групп не выступают открыто с призывами к насилию, однако могут содержать завуалированные «послания» пользователю. Группы ненависти часто нацелены на уязвимые группы риска, которые ищут общения, подкрепления и защиты. Молодёжь, которая является наиболее активным пользователем Интернета, часто становится их мишенью. Подростков легко убеждает неявный стиль повествования, часто используемый группами ненависти для продвижения своего дела.

Согласно данным Центра изучения и сетевого мониторинга молодёжной среды, в России постоянно изменяется, но остаётся высоким количество участников социально опасных виртуальных сообществ, имеющих деструктивный характер. Так, в 2021 году количество аккаунтов с опасным контентом составило около 1,5 млн. Данные по количеству профилей в разрезе 85 субъектов Российской Федерации составили: «суицидальное поведение» – 524 597 пользователей, «скулшутинг» – 1 769 пользователей, «ультрадвижения» – 520 403 пользователей, «подражание криминальному поведению» – 220 208 пользователей, «анархизм» – 173 610 пользователей, «ультрас» – 517 847 [Решение... 2021]. По данным Центра, в социальной сети «ВКонтакте» ежедневно регистрируется около 5 интернет-сообществ, пропагандирующих самодеструктивное поведение (самоубийства), более 100 групп, посвящённых скулшутингу (расстрелы в учебных заведениях). Популярны сообщества, осуществляющие травлю (кибербуллинг), группы опасного досуга («Зацеперы», «Анорексички» и др.) [Болдырев, Гонтаренко, 2020]

Учёными сектора социологии девиантного поведения Института социологии ФНИСЦ РАН выявлен аспект, связанный с антисоциальным, недостойным поведением подростков, которое мы можем наблюдать в многочисленных социальных сетях (Телеграм, Тик-ток и др.). Проявляется такое поведение в массовом распространении различных непристойных видеороликов. Мониторинг интернет-пространства, в том числе закрытых интернет-групп (только для «своих»), позволил зафиксировать распространённость таких явлений, как съёмка и выкладывание в прямой эфир («стриминг») или в записи видеороликов (иногда аудиозаписи или фото) следующего

содержания: 1) употребление наркотических веществ («наркотрип», «приход»); 2) вечеринки (так называемые «вписки») с употреблением алкоголя и наркотиков; 3) различные действия сексуального характера, в том числе под действием наркотических веществ (включая видеотрансляции сексуального характера за деньги); 4) драки, избиения, унижения; 5) розыгрыши («пранк» – от англ. prank), зачастую носящие небезобидный характер; 6) различный шок-контент (материал, нарушающий нормы морали, вызывающий сильные эмоции, отвращение), провокации и т. п. Демонстративность, навязчивое желание выставлять личную (частную/приватную) жизнь напоказ в Интернете с целью получения внимания и откликов окружающих получило название «виртуальный, или цифровой, эксгибиционизм» и свидетельствует о несформированности представлений молодёжи о нормах поведенческих проявлений.

Интернет представляет собой идеальный инструмент для поддержки девиантного образа жизни и поведения. Фрагментированный и многоуровневый характер Интернета может стимулировать девиантную и преступную деятельность, поскольку отсутствует централизованный государственный орган, устанавливающий нормы надлежащего поведения и обеспечивающий соблюдение уголовных законов в конкретных странах. В силу сложности его регуляции информация размещается в частном порядке и может быть получена свободно и анонимно. Кроме того, Интернет связывает людей с другими людьми, практикующими такое же девиантное поведение. До сих пор сложно оценить степень влияния этих видов деструктивных виртуальных сообществ на реальное поведение, насколько они служат воротами или катализаторами для более активного участия в девиантной деятельности. Несмотря на актуальность проблемы, в системе образования до сих пор отсутствует какое-либо системное педагогическое сопровождение молодёжи в цифровой среде. Интервью с учителями школ (2022 г.) показало, что они мало информированы о способах проведения подростками досуга в Интернете в девиантных формах, а представления о безопасности молодёжи в Интернете ограничиваются профилактическими беседами об интернет-мошенниках, экстремистских интернет-группировках и интернет-вирусах.

Список литературы

Айсина Р. М. Киберсоциализация молодёжи в информационно-коммуникационном пространстве современного мира: эффекты и риски / Р. М. Айсина, А. А. Нестерова // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10, № 4. С. 42–57. DOI 10.17759/sps.2019100404.

База результатов опросов россиян «Спутник» // ВЦИОМ: [сайт]. 2021. URL: https://bd.wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=529&q_id=52988&date=15.08.2021 (дата обращения: 10.10.2022).

Болдырев Е. В. Молодёжный экстремизм в социальных сетях: анализ основных трендов и мер противодействия / Е. В. Болдырев, Н. Н. Гонтаренко // Обзор. НЦПТИ. 2020. № 2 (21). С. 37–46.

Брюно В. В. Рискованное сексуальное поведение современных подростков в России. Часть 2 / В. В. Брюно // Социологическая наука и социальная практика. 2019. Т. 7, № 1 (25). С. 113–126. DOI 10.19181/snsp.2019.7.1.6273.

Васкэ Е. В. Психолого-правовой анализ деструктивных проявлений в сети Интернет / Е. В. Васкэ, О. И. Горюнова // Вестник ННГУ. 2018. № 6. С. 104–109.

Медиапотребление и активность в интернете // ВЦИОМ : [сайт]. 23 сентября 2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotrebienie-i-aktivnost-v-internete> (дата обращения: 10.10.2022).

Мы в ответе за цифровой мир: Профилактика деструктивного поведения подростков и молодёжи в Интернете : учеб.-метод. пособие / Г. У. Солдатова, С. В. Чигарькова, А. А. Дренева, С. Н. Илюхина. М. : Когито-Центр, 2019. 176 с.

Польская Н. А. Влияние социальных сетей на самоповреждающее поведение у подростков / Н. А. Польская. Д. К. Якубовская / Консультативная психология и психотерапия. 2019. Т. 27, № 3 (105). С. 156–174. DOI 10.17759/cpp.2019270310.

Решение правительственной комиссии по профилактике правонарушений от 03.11.2021 // МВД России : [сайт]. 2021. URL: https://xn--b1aew.xn--p1ai/mvd/sovorg/prav_kom/com_work (дата обращения: 10.10.2022).

Identifying Predictors of Unwanted Online Sexual Conversations Among Youth Using a Low Self-Control and Routine Activity Framework / T. J. Holt, A. M. Bossler, R. Malinski, D. C. May // Journal of Contemporary Criminal Justice. 2015. Vol. 32 (2). Pp. 108–128. DOI 10.1177/1043986215621376.

Lee B. H. Explaining Cyber Deviance among School-Aged Youth // Child Indicators Research. 2018. Vol. 11. Pp. 563–584. DOI 10.1007/s12187-017-9450-2.

Mitchell K. J. Online behavior of youth who engage in self-harm provides clues for preventive intervention / K. J. Mitchell, M. L. Ybarra // Preventive Medicine. 2007. Vol. 45. Pp. 392–396.

Weisskirch R. S. Friends, porn, and punk: sensation seeking in personal relationships, internet activities, and music preference among college students / R. S. Weisskirch, L. C. Murphy // Adolescence. 2004. Vol. 39. Pp. 189–201.

Whitlock J. L. The virtual cutting edge: The Internet and adolescent self-injury / J. L. Whitlock, J. L. Powers, J. Eckenrode // Development Psychology. 2006. Vol. 42 (3). Pp. 407–417. DOI 10.1037/0012-1649.42.3.407.



Захарова Ольга Алексеевна

Рязанский государственный агротехнологический университет,
Рязань, Россия.

ol-zahar.ru@yandex.ru

Кучер Дмитрий Евгеньевич

Российский университет дружбы народов,
Москва, Россия.

kucher-de@rudn.ru

Машкова Елена Ивановна

Рязанский государственный агротехнологический университет,
Рязань, Россия.

elena_mashkova@mail.ru

РЕЗУЛЬТАТЫ МОНИТОРИНГА ВЫБОРА БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИИ ШКОЛЬНИКАМИ ВЫПУСКНЫХ КЛАССОВ

Аннотация. Результаты мониторинга выбора будущей профессии школьниками выпускных классов показали невысокую состоятельность учащихся в этом вопросе. Помочь в решении проблемы выбора может профориентатор, владеющий знаниями и практическими умениями и навыками в области профессий, которые предоставляет конкретный вуз.

Ключевые слова: выбор профессии, школьники, вуз, профориентация

Zakharova Olga A.

Ryazan State Agrotechnological University, Ryazan,
Ryazan, Russia.

ol-zahar.ru@yandex.ru

Kucher Dmitry E.

Peoples Friendship University of Russia,
Moscow, Russia.

kucher-de@rudn.ru

Mashkova Elena I.

Ryazan State Agrotechnological University,
Ryazan, Russia.

elena_mashkova@mail.ru

THE RESULTS OF MONITORING THE CHOICE OF A FUTURE PROFESSION BY GRADUATE SCHOOL STUDENTS

Abstract. The results of monitoring the choice of a future profession by schoolchildren of the final grades showed a low level of competence in this matter. A career counselor who has knowledge and practical skills in the field of professions provided by a particular university can help in solving the problem of choice.

Keywords: choice of profession, students, university, career guidance

Роль профессии очень важна в жизни каждого человека [Ананьев, 2001: 255]. Она формирует его личность, влияя на восприятие окружающего мира, оценку происходящих событий. Профессия может стать стержнем в жизни человека, поддерживая и наполняя её смыслом. Она влияет на формирование мировоззрения, складывание системы ценностей. Она определяет круг общения и интересов.

Профессия определяет человека. Но верно и обратное – образ профессии складывается из совокупности представляющих её специалистов, влияя на рост её социальной значимости и престижности. Важно вовремя встать на путь профессионального самоопределения, задействовав все имеющиеся ресурсы. Именно поэтому стоит развивать комплекс профориентационных мер, помогая подрастающему поколению избежать роковых ошибок.

К сожалению, часто выбор совершается без должного обдумывания, на уровне интуиции или сиюминутных желаний и увлечений. Ещё хуже, когда выбор осуществляется под давлением необходимости профессионального самоопределения в процессе сдачи профильных ЕГЭ. Основными помощниками в решении проблемы профессиональной ориентации отдельного человека становятся желания окружающих, настроение или впечатления от недавно увиденной профессии без осознания всех предъявляемых ею требований и слабым представлением о специальности в целом.

В 2017 г. издано Распоряжение Правительства Рязанской области № 556-р «Об утверждении комплекса мер, направленных на развитие системы профессиональной ориентации и общественно полезной деятельности учащихся в общеобразовательных организациях Рязанской области, на 2017 – 2020 годы».

Результаты мониторинга, проведённого Министерством образования и молодежной политики Рязанской области и статистически обработанного нами, показали, что большинство школьников 11-х классов Рязани и Рязанского района не определились с будущей профессией. Юноши, которые с большим интересом относятся к получению высшего образования и ориентированны на достойную оплату труда, не готовы уже сейчас выбрать профессию, поскольку профильных классов в школах нет.

Результаты проведённого авторами анкетирования студентов [Анастаси, 2001: 128–227] I-II курсов технологического факультета Рязанского государственного аграрно-технологического университета (РГАТУ), к сожалению, свидетельствовали о некотором снижении желания студентов учиться дальше в магистратуре или получать второе высшее образование (желающих получить дальнейшее образование в вузе составила лишь 8%). Это связано, конечно, с мечтой студентов как можно быстрее войти во взрослую жизнь и зарабатывать самостоятельно [Апостолов, 2001: 45–113].

Важнейшая задача образования – это создание условий для профессионального самоопределения обучающихся, так как решение данной задачи играет важную роль для личности, общества и государства в целом [Басаргин, 2002:15].

Технологическом факультет активно ведёт профориентационную работу среди школьников (педагоги, психологи, студенты-волонтеры). Как следствие, – ежегодный высокий конкурс на все направления технологического факультета и требуемый для абитуриентов высокий балл ЕГЭ. На факультете используются различные методы и формы профориентационной работы: дни открытых дверей (очно и он-лайн); экскурсии на кафедры, в институтский музей, на ведущие хозяйства области; информационное обеспечение профориентационной работы через постоянно обновляемый сайт РГАТУ; посещение городских и сельских школ, демонстрация видеороликов, мастер-классы, анкетирование, информация в виде буклетов,

приглашение интересных гостей на встречи, конкурсы, индивидуальные встречи с родителями и старшеклассниками, привлечение школьников к научной работе и их участие в конференциях с последующим изданием статей.

Как показал проведённый авторами анализ профориентационного тестирования по методике Е. А. Климова «ПрфГид», среди девятиклассников средних школ 86% опрошенных могут обучаться на всех направлениях технологического факультета, а с учётом грамотной работы профориентаторов все 100% могут найти в РГАТУ своё будущее.

Непрерывность и целенаправленность профориентации на всех этапах взросления – залог положительной мотивации у школьников [Зайцева, Киселёв, 2019: 28–39]. Требуется активизация профориентационной деятельности среди учащихся младших классов, которым уже интересны профессии, и поэтому они приходят с родителями на дни открытых дверей в наш вуз. По данным авторского опроса, около 70% анкетированных школьников выбрали обучение в Рязанском ГАТУ заранее. Максимум информации выпускник берет с сайта вуза и интернет-ресурсов.

Профориентационная работа должна быть направлена на повышение престижа аграрного образования как одной из важнейших отраслей развития нашей страны.

Список литературы

Ананьев Б. Г. Человек как предмет познания / Б. Г. Ананьев. СПб, 2001.

Анастази А. Психологическое тестирование / А. Анастази. СПб. : Питер, 2001.

Апостолов О. П. Профессиональная ориентация в России (опыт, проблемы, перспективы) / О. П. Апостолов. М. : ИП Татаринов Михаил Васильевич, 2011.

Басаргин В. П. Формирование профессионального самоопределения / В. П. Басаргин // Профессиональное образование. 2002. № 9.

Зайцева С. А. Организация профориентационной работы вуза со школьниками / С. А. Зайцева, В. С. Киселёв // Современные проблемы науки и образования. 2019. № 3.



Конищева Евгения Васильевна

Курский государственный медицинский университет,

Курск, Россия.

ekonik77@yandex.ru

Каменева Татьяна Николаевна

Финансовый университет при Правительстве РФ,

Москва, Россия.

kalibri0304@yandex.ru

КОММУНИКАЦИИ СУБЪЕКТОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА ВУЗА В УСЛОВИЯХ НАРАСТАЮЩИХ РИСКОВ

Аннотация. В статье осуществлён анализ коммуникаций субъектов образовательного пространства современного вуза. Объектом исследования выступают коммуникации субъектов образовательного пространства вуза. Предметом исследования являются риски коммуникаций субъектов образовательного пространства вуза и их влияние на сложившиеся практики. На основе анализа результатов авторского социологического исследования установлено, что риски коммуникаций в образовательном пространстве связаны с изменениями самого института образования, цифровыми трансформациями, массовым получением образования и расширяющейся субъектностью акторов образовательного процесса. Для устранения наметившегося дисбаланса коммуникативных практик субъектов образовательного пространства вуза необходима разработка технологии регулирования, обеспечивающей снижение негативного действия рисков.

Ключевые слова: взаимодействия, субъект, образовательное пространство вуза, цифровая трансформация, персонализация, массовизация

Konishcheva Evgenia V.

Kursk State Medical University,

Kursk, Russia.

ekonik77@yandex.ru

Kameneva Tatyana N.

Financial University

under the Government of the Russian Federation,

Moscow, Russia.

kalibri0304@yandex.ru

INTERACTIONS OF THE SUBJECTS OF THE EDUCATIONAL SPACE OF THE UNIVERSITY UNDER CONDITIONS OF INCREASING RISKS

Abstract. The article analyzes the communications of the subjects of the educational space of a modern university. The object of the study is the communication of the subjects of the educational space of the university. The subject of the study is the risks of communication of subjects of the educational space of the university and their impact on established practices. Based on the analysis of the results of the author's sociological research, it was found that the risks of communication in the educational space are associated with changes in the institution of education itself, digital transformations, mass education and the expanding subjectivity of actors in the educational process. To eliminate the emerging imbalance of the communicative practices of the subjects of the educational space of the university, it is necessary to develop a regulatory technology that reduces the negative effects of risks.

Keywords: interactions, subject, educational space of the university, digital transformation, personalization, massization

Коммуникации субъектов образовательного пространства в условиях его постоянных трансформаций сопряжены с рядом трудностей. В образовательном пространстве современного вуза учебная и профессиональная деятельность сопряжена с необходимостью соблюдения большого количества интенсивно меняющейся информации, различного рода требований и условностей правового, организационного, управленческого, финансового характера, которые выступают объектом профессиональной деятельности руководящего звена вуза.

Категория «образовательное пространство» рассматривалась с различных точек зрения. В частности, как зона активности человека в образовательном учреждении [Торхова, 2004: 22], которая отождествляется с категорией «образовательная среда» [Михеева, 2017: 32], определяется как территория для организации и получения образования [Слободчиков, 1997: 179] и как индивидуальное образовательное пространство для осуществления взаимодействий с социальными образовательными институтами [Борисова, 1999: 19], и др.

Ведущими субъектами современного образовательного пространства являются педагогические работники и студенты, которые традиционно определяли содержание коммуникаций с опорой на реализацию задач совместной деятельности, однако современные условия осуществления образовательного процесса диктуют необходимость включения административных работников вуза в субъект-субъектные взаимодействия [Маркова, 2004: 347].

Субъекты образовательного пространства вуза подвергались разностороннему анализу в исследованиях, отражающих их социально-психологические характеристики [Аязбекова, Булатбаева, 2013: 36; Полякова, 2014: 15], социальные аспекты взаимодействий в образовательном процессе [Хохлова, 2002: 34; Григорьев, 1992: 131]. Социологическое рассмотрение категории «субъект образовательного пространства» осуществляется с позиций выстраивания результативных взаимодействий в условиях образовательного процесса в вузе [Прямикова, 2014: 18]. Задачи различных видов совместной деятельности, ведущей из которых выступает подготовка к будущей профессиональной деятельности, определяет необходимость и содержание коммуникаций субъектов образовательного пространства вуза. Многообразие коммуникативных практик позволяет характеризовать их как социальные взаимодействия, «систему взаимообусловленных социальных действий, при которой действия одного субъекта одновременно являются причиной и следствием ответных действий других субъектов» [Врублевская, 2006: 62].

В работах П. В. Якутова коммуникация определяется как взаимодействие. Однако в основе коммуникации лежит преимущественно передача информации, а взаимодействие предполагает «создание некой общности, определённой степени взаимопонимания между участниками, предполагающего необходимость обратной связи, взаимного наложения сфер личного опыта» [Якутов, 2016: 261]. Под коммуникациями субъектов образовательного пространства понимаются прежде всего осуществляемые ими взаимодействия в ходе реализации учебного процесса, направленные на ценностно-нормативное согласование и понимание содержания образования.

Характерными чертами коммуникаций субъектов образовательного пространства вуза выступают их расширение и, как следствие, усложнение; уменьшение времени на планирование взаимодействий и оценку их результатов; публичность коммуникаций; увеличение значимости правовой оценки и др. Коммуникации, изначально ориентированные на решение профессиональных и учебных задач, выходят за пределы образовательного пространства и могут приводить к возникновению жизненных затруднений как у педагогов и студентов, так и у представителей администрации вуза [Каменева, Степашов, Конищева, 2019: 5].

Изменения, происходящие в обществе, порождают множественные риски, оказывающие существенные воздействия, в том числе и на взаимодействия субъектов образовательного пространства вуза.

Риск сочетает в себе вероятность наступления неблагоприятных последствий события [Чупров, 2003: 134]. Риск не позволяет однозначно предвидеть результат коммуникаций, следовательно, выступает источником их деформаций и отрицательно сказывается на результативности совместной деятельности субъектов образовательного пространства.

Результаты исследований, проведённых в период с 2018 по 2020 год (N=1229, г. Курск), позволили определить источники рисков коммуникаций субъектов образовательного пространства вуза. Так, принявшие участие в исследовании педагоги, студенты и административные работники в своём большинстве связывали риски с наметившимися изменениями самого института образования. В частности, цифровые трансформации, по мнению всех субъектов, выступают источниками рисков для взаимодействий в образовательном пространстве вуза (преподаватели – 67%, студенты – 58%, администрация – 54%). Интенсивное внедрение цифровых технологий в образовательный процесс привело к накоплению коммуникативных трудностей. Так, ведущим условием реализации учебного процесса стало соответствие требованиям технических служб, а имеющихся, апробированных временем форм коммуникации оказалось недостаточно для результативного обучения и воспитания. Преподаватели оказались неполностью подготовленными с технической стороны к цифровому формату взаимодействия, студенты не имели возможности перестроиться, продолжая воспринимать учебные коммуникации в цифровом формате как игровой контент общения. Административные работники оказались в ситуации необходимости создания дополнительных технических служб вузов, их оснащения, а также поиска высококвалифицированных кадров для разработки программного обеспечения и поддержания в работоспособном состоянии имеющегося компьютерного фонда.

Ещё одним риском коммуникаций в образовательном пространстве вуза выступает увеличивающаяся субъектность его акторов, проявляющаяся в персонализации института образования. Так считали 64% преподавателей, 52% студентов и 68% административных работников. Возрастающее влияние отдельных субъектов на планирование, ход и, следовательно, результативность взаимодействий, в основе которых лежит совместная деятельность, может приводить к искажению сложившихся результативных практик коммуникации. С точки зрения преподавателей, незрелый, часто эмоциональный взгляд студентов на образовательный процесс и попытки повлиять на его ход и содержание могут стать источником конфликтов. В то же

время административные работники сталкиваются с расширением субъектности как преподавателей, так и студентов. Проявляется это прежде всего в возможности предъявления требований к администрации по вопросам улучшения различных аспектов образовательного процесса, материального вознаграждения за личные успехи, что достаточно сложно обеспечить без предварительного планирования и оценки важности личного вклада субъекта в имидж вуза, а не только в индивидуальное развитие.

Увеличение значимости высшего образования и попытки сделать его доступным для всё большего числа абитуриентов привели к адаптации образовательной системы к запросам и потребностям массового студента, ориентированного преимущественно на получение документа о высшем образовании (чаще диплома бакалавра), нежели на формирование компетентного в будущем профессионала. В связи с этим педагогическое сообщество столкнулось с ситуацией, в которой для многих студентов образование, его содержание не является ценностью. Эта часть студенческого сообщества низко мотивирована на совместную деятельность, не готова работать в команде, не осознаёт значимости опыта взаимодействий в условиях образовательного процесса, не способна оценить вклад традиций и опыта в подготовку к будущей профессиональной деятельности. В тоже время высоко мотивированная часть студенческого сообщества готова к освоению материала, выстраиванию конструктивных взаимодействий. Однако они попадают в ситуацию, когда на них не хватает времени из-за загруженности преподавателей работой с массовым студентом. Административные работники, отметившие массовизацию как риск коммуникаций (63%), констатируют, что вынуждены взаимодействовать с обучающимися, которые относятся к вузу как средству достижения исключительно личных целей, не готовы принять правила совместной деятельности, погрузиться в социокультурную среду вуза, интериоризировать ценности академического сообщества.

Таким образом, сложившиеся практики коммуникаций субъектов образовательного пространства вуза существенно усложняются и деформируются под воздействием рисков, связанных с цифровыми трансформациями, а также с массовым получением образования и расширяющейся субъектностью акторов процесса образования, нашедшей своё выражение в персонализации. В этой связи возникает необходимость разработки технологии регулирования коммуникаций субъектов образовательного пространства, направленной на минимизацию действия рисков.

Список литературы

Аязбекова Р. А. Психологическая характеристика взаимодействия и общения главных субъектов образовательного пространства вузов / Р. А. Аязбекова, А. А. Булатбаева // Образование через всю жизнь: непрерывное образование в интересах устойчивого развития. 2013. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskaya-harakteristika-vzaimodeystviya-i-obscheniya-glavnyh-subektov-obrazovatel'nogo-prostranstva-vuzov> (дата обращения: 02.10.2022).

Борисова Т. Ф. Образовательное пространство как фактор социального воспитания школьников: Дис. ... канд. пед. наук : 13.00.06 / Борисова Татьяна Фёдоровна ; науч. рук. Бочарова В. Г. ; ИПСР РАО. М. 1999. 204 с.

Врублевская О. А. О сущности понятия «Социальное взаимодействие» в научных исследованиях / О. А. Врублевская // Сибирский аэрокосмический журнал. 2006.

№ 5 (12). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-suschnosti-ponyatiya-sotsialnoe-vzaimodeystvie-v-nauchnyh-issledovaniyah> (дата обращения: 01.10.2022).

Григорьев С. И. Социология жизненных сил и социальной субъектности в контексте поиска новой парадигмы социального мышления // Основы социологического знания. Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 1992. С. 128–133.

Каменева Т. Н. Жизненные затруднения как социокультурный феномен: концептуализация категории / Т. Н. Каменева, Н. С. Степашов, Е. В. Конищева // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2019 № 1. URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/19SCSK119.pdf> (дата обращения: 10.10.2022).

Маркова О. Ю. Коммуникативное пространство вуза: субъекты, роли, отношения / О. Ю. Маркова // Коммуникация и образование / Под ред. С. И. Дудника Санкт-Петербург : Санкт-Петербургское философское общество. 2004. С. 345–364.

Михеева Т. Б. Образовательное пространство как феномен культуры и «Место» формирования личности / Т. Б. Михеева // Учёные записки ЗабГУ. Серия: Профессиональное образование, теория и методика обучения. 2017. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovatelnoe-prostranstvo-kak-fenomen-kultury-i-mestoformirovaniya-lichnosti> (дата обращения: 30.09.2022).

Образовательное пространство школы: опыт социологических исследований. Коллективная монография / Под ред. Е. В. Прямиковой, С. В. Франц ; Уральский государственный педагогический университет. Екатеринбург, 2014. 244 с.

Полякова О. О. Психология субъекта: новая методология изучения личности / О. О. Полякова // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. 2014. № 3 (27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologiya-subekta-novaya-metodologiya-izucheniya-lichnosti> (дата обращения: 02.10.2022).

Слободчиков В. И. Образовательная среда: реализация целей образования в пространстве культуры / В. И. Слободчиков // Новые ценности образования: Культурные модели школы. Инноватор. М., 1997. С. 177–184.

Торхова А. В. Персональное образовательное пространство будущего учителя / А. В. Торхова / Народная асвета. 2004. № 4. С. 21–23.

Чупров В. И. Молодёжь в обществе риска / В. И. Чупров. Наука, 2003. 230 с.

Хохлова В. В. Социокультурное взаимодействие субъектов образовательного пространства в информационном обществе : автореф. дис. ... доктора социол. наук : 22.00.04 / Хохлова Валентина Васильевна ; Волго-Вят. акад. гос. службы. Нижний Новгород, 2002. 50 с.

Якупов П. В. Коммуникация: определение понятия, виды коммуникации и её барьеры / П. В. Якупов // Вестник ГУУ. 2016. № 10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsiya-opredelenie-ponyatiya-vidy-kommunikatsii-i-ee-bariery> (дата обращения: 10.10.2022)



Куликовская Ирина Эдуардовна
Южный федеральный университет,
Ростов-на-Дону, Россия.
iekulikovskaya@sfedu.ru

ЧЕМПИОНАТ BABYSKILLS: СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ СУБЪЕКТОВ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. В статье обсуждается проблема социальных коммуникаций субъектов дошкольного образования (детей, родителей и педагогов) в процессе подготовки и проведения Чемпионата BabySkills. Определена сущность субъектной позиции детей и взрослых. Представлена позиция учёных и практиков г. Ростова-на-Дону на организацию процесса подготовки и проведения Чемпионата BabySkills как профориентационных практик. Представлен план подготовки детей к участию в Чемпионате на примере компетенции 3D-дизайн. Сделан вывод о том, что социальные коммуникации субъектов дошкольного образования в процессе подготовки и проведения Чемпионата BabySkills открывают ребёнку не только мир будущего, но и развивают его субъектный статус.

Ключевые слова: дошкольное образование, чемпионат BabySkills, социальная коммуникация, субъекты образования

Kulikovskaya Irina E.
Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russia.
iekulikovskaya@sfedu.ru

BABYSKILLS CHAMPIONSHIP: SOCIAL COMMUNICATION OF PRESCHOOL EDUCATION SUBJECTS

Abstract. The article discusses the problem of social communications of preschool education subjects (children, parents and teachers) in the process of preparing and holding the BabySkills Championship. The essence of the subjective position of children and adults is determined. The position of scientists and practitioners of Rostov-on-Don on the organization of the process of preparation and holding of the BabySkills Championship as career guidance practices is presented. The plan of preparation of children for participation in the Championship is presented on the example of 3D design competence. It is concluded that social communications of subjects of preschool education in the process of preparation and holding of the BabySkills Championship open up to the child not only the world of the future, but also develop his subject status.

Keywords: preschool education, BabySkills championship, social communication, subjects of education

Социальная коммуникация представляет собой процесс передачи и приёма информации в обществе. Акторами социальной коммуникации в дошкольном образовании являются субъекты: дети; родители (законные представители); педагоги (воспитатели и специалисты), а также социальные партнёры. Быть субъектом, с позиции психологической науки, значит быть творцом своей истории, инициировать и свободно, нравственно и творчески осуществлять различные виды деятельности (общение, игру и др.). Человек как субъект проявляет свою потребность и способность к самодетерминируемому, самоорганизуемому, саморегулируемому и самоконтролируемому поведению. Субъект отличается от объекта – пассивного существа, реагирующего на внешние воздействия. Субъект – это идеал или высший уровень развития человека [Рубинштейн, 1997].

По мнению В. А. Петровского, «быть субъектом» значит быть «причиной себя», опираясь на образ себя в мире. Автор называет основные атрибуты субъекта: целеустремлённость, рефлексивность (обладатель образа себя); свобода и ответственность, стремление к развитию. Данная точка зрения на понятие «субъект» выступает определяющей при рассмотрении субъектности детей, родителей, педагогов и социальных партнёров дошкольной образовательной организации. Определены четыре характеристики субъектности: целеустремлённое (целеполагающее и целедостигающее), рефлексивное, свободное, развивающееся существо. [Петровский, 1996].

И.Б. Акимов показал возможность применения экопсихологической модели становления субъектности в качестве концептуальной единицы для инвариантного описания как становления субъектности в целом, так и становления каждой стадии субъектности в виде определённого способа выполнения учебного действия [Акимов, 2020].

Субъектность ребёнка исследовалась учёными с разных точек зрения: формирование отношения к окружающему, к положению, которое он занимает в жизни, к требованиям, которые к нему предъявляют (Л. И. Божович, Т. А. Нежнова), источники субъектного развития ребёнка и его субъектной позиции по отношению к окружающему миру (Е. И. Исаев, В. И. Слободчиков); особенности формирования субъектности ребёнка (А. К. Осницкий, И. С. Якиманская).

Становление субъектности есть процесс и результат возрастания всего того, что связано с «Я» ребёнка: его самоорганизацией, самоутверждением, самореализацией в разных видах деятельности. Становление субъектности в образовательном процессе дошкольной организации обеспечивает взаимодействие двух развёрнутых во времени процессов:

- внутренне детерминированного личностного развития, т. е. саморазвития, в котором порождаются и реализуются потребности, мотивы, интересы;
- внешнего по отношению к личности процесса создания социокультурной среды, общения, педагогического взаимодействия, актуализирующего индивидуальный опыт и способствующего развёртыванию внутренних потенциалов личности дошкольника.

Исследование субъектности взрослых участников дошкольного образования (родителей, педагогов и социальных партнёров) осуществлялось в контексте общей теории субъектности (К. А. Абульханова-Славская, Б. Г. Ананьев, Л. И. Анциферова, Л. И. Божович, А. Н. Леонтьев, В. А. Петровский и др.). Субъектность взрослых участников образовательного процесса дошкольной организации представляет собой способность быть активно действующими, влияющими на жизнь детского сада целенаправленно и рефлексивно, создающими события и обстоятельства для гармоничного и позитивного развития детей [Бабошина, 2021].

Субъектность человека проявляется в деятельности, в процессе активности. В дошкольной образовательной организации пространством реализации субъектного статуса выступают конкурсы, олимпиады и чемпионаты. Эти формы активности субъектов образования исследовались Г. П. Алексеевой, В. Г. Болтянским,

А. В. Ефремовым, Н. Н. Константиновым, С. Г. Молчановой, Т. И. Павловой, Л. Б. Савенковой и др. Авторы доказывают эффективность данных форм для развития у детей мотивации к учению, повышению познавательной активности обучающихся, развитию их творческих способностей, стимуляции углубления и расширения знаний. В настоящее время олимпиады, конкурсы и чемпионаты начинают выполнять роль событий, направленных на повышение качества образования.

Социальные коммуникации субъектов образования в процессе организации, подготовки и проведения событий рассмотрим на примере чемпионата BabySkills, который уже много лет проводится в Ростове-на-Дону. Истоки этого чемпионата находятся в осмыслении того факта, что современные дети по-другому воспринимают мир. Они не хотят быть слушателями и наблюдателями. Им важно делать, пробовать, ошибаться и побеждать. Именно поэтому для них организуются чемпионаты, где они могут проявить свои знания, умения и навыки в какой-либо профессии. Например, в Москве с 2018 года проводится чемпионат KidSkills. Изначально соревнования проводились по 5 компетенциям: аэрокосмическая инженерия, графический дизайн, кулинарное дело, прототипирование, сити-фермерство. В настоящее время этот чемпионат развивается, выступая площадкой проб детей в мире профессий.

В г. Ростове-на-Дону реализована инициатива МБДОУ № 116 (заведующая – Н. В. Аникина) по разработке и апробации проекта «Организация мобильной площадки ранних профориентационных проб на базе ДОУ Ленинского района». Такие профориентационные пробы организовывались в логике культурных практик детей: от знакомства с профессией до приобретения первого опыта участия в чемпионате. Дети погружаются в пространство профессии, где учатся у Профессионалов. У них формируется субъектная позиция – они познают себя, проявляют инициативу, самостоятельность, стремясь сделать жизнь других людей более комфортной, экологичной, удобной. Профориентационные практики организованы в социальном партнёрстве с различными образовательными организациями, такими как ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», ГБПОУ РО «Донской педагогический колледж», ГАПОУ «Казанский педагогический колледж», ГБПОУ РО «Донской техникум кулинарного искусства и бизнеса», ГБПОУ РО «Ростовский-на-Дону колледж связи и информатики», ГБПОУ РО «Ростовский технологический техникум сервиса».

Подготовка детей к Чемпионату начинается задолго до самого события. Задания Чемпионата включают в себя теоретическую и практическую части. В связи с этим в процессе подготовки рассматриваются понятия, создаются схемы, модели. Знакомство детей с различными источниками информации (книги, сайты, видеоролики и др.) создаёт основу для развития у них самостоятельности, ответственности, критического мышления, а также познавательных интересов.

Мы актуализировали мотивы участия детей в Чемпионате, опираясь на исследования А. И. Савенкова:

- мотивация содержанием;
- мотивация процессом;
- мотивация самоутверждения, самосовершенствования, самореализации;
- общественные мотивы ответственности;
- широкие социальные мотивы;

- прогностические мотивы;
- мотив достижения успеха или избегания неудачи [Савенков, Серебренникова, 2021].

Нами разработан и апробирован план подготовки детей к участию в Чемпионате по разным компетенциям. Приведём в качестве примера такой план по компетенции 3D-дизайн. В плане представлены два модуля (образовательный и инструментальный) и три аспекта:

- совместная деятельность педагогов с детьми;
- самостоятельная деятельность детей в предметно-пространственной среде;
- взаимодействие с родителями и социальными партнёрами.

Каждый аспект раскрыт по всем образовательным областям: социально-коммуникативной, познавательной, речевой, художественно-эстетической и физическом развитии детей.

В образовательном модуле по социально-коммуникативному развитию детей был организован детский совет по теме «Интересные профессии». Дети с педагогом обсуждали значимость профессий, выясняли, что такое 3D-модель? Зачем она нужна? Рассуждали о профессии «3D-дизайнера», каковы его профессиональные способы деятельности, в чём значимость этой профессии. Дети проявляли самостоятельность суждений, задавали много вопросов о том, в каких сферах жизни используется 3D-моделирование, как устроено рабочее место 3D-дизайнера. С интересом узнали, что уже построены дома в технике прототипирования.

Проект «Техника безопасности в работе «3D-дизайнера»» был ориентирован на формирование умения дошкольников планировать и реализовывать деятельность профессионала на основе правил профилактики травматизма, обеспечения охраны жизни и здоровья детей. Задачи проекта:

1. Познакомить детей с техникой безопасности в работе «3D-дизайнера» и правилами СанПин.
2. Сформировать умение детей соблюдать технику безопасности при работе с бумагой, ножницами, деревянными палочками и правила СанПин.
3. Сформировать у детей навык соблюдать требования безопасности при проигрывании роли «3D-дизайнера».

В предметно-пространственную среду были внесены фотоматериалы по прототипированию для развития у детей способов творческой деятельности.

Становление субъектной позиции родителей, педагогов и социальных партнёров осуществлялось в процессе следующих событий:

- семинар «Первые профессиональные пробы детей». Цель: познакомить родителей с чемпионатом Baby Skills и теми компетенциями, которые может попробовать ребёнок;
- дискуссионная площадка «Кем быть?». Цель: способствовать осознанию родителями необходимости ранней профориентации детей на основе их личностных особенностей и предпочтений;
- мастер-класс «Встреча с интересными людьми». Цель: познакомить детей с представителем профессии или человеком, который увлекается 3D-дизайном.

В инструментальном модуле педагоги вместе с детьми на практикуме «Основы работы с 3D-ручкой» выясняли возможности этого инструмента, его устройство и техники безопасности. Вместе изучили этапы работы с 3D-ручкой:

1. Простое конструирование:

- Создание простых плоских форм (например, бабочка, надпись, детали).
- Принципы нанесения пластика на основу. Как правильно рисовать ломаные, волнистые линии.

2. Создание полубъёмных моделей:

- Скрытое и декоративное соединение деталей.
- Нарращивание методом «серпантин».

3. Создание объёмных моделей:

- Понятие баланса.
- Моделирование объекта за счёт изменения глубины.
- Обтяжка по направляющей.
- Соединение моделей из отдельных частей, которые будут соединены воедино с помощью 3D-ручки.

4. Создание объёмной модели сложной формы:

- Работа с тонкими удлинёнными элементами.
- Создание деталей с подвижными элементами.
- Редактирование и укрепление элементов конструкции.

5. Свободное конструирование 3D-объектов, в том числе моделей из отдельных частей:

- Основы работы с незастывшим пластиком.
- Изменение нарисованной формы за счёт изгиба, скручивания, смятия⁴⁴.

В предметно-пространственную среду внесли игры «Выполнение линий разных видов», «Создание плоской фигуры по трафарету». В группе также было организовано пространство для сюжетно-ролевой игры «3D-типография». Цель: формировать представления детей о работе агентства, процессе изготовления заказа от этапа проектирования до выполнения и согласования. Развивать умение придумывать и создавать чертёж **модели на заданную тему, определять необходимые размеры, пропорции, последовательность сборки.** Способствовать развитию интереса к изучению и практическому освоению **3D-моделирования.**

На фестивале творческих идей развивалась активность детей в предъявлении индивидуальных творческих проектов для участия в конкурсах, а также умение грамотно презентовать свой проект.

На длительном этапе подготовки к Чемпионату взаимодействия субъектов представляют собой различные профориентационные практики, выступающие условием саморазвития детей и педагогов. Социальные коммуникации о профессиях детей и педагогов детского сада представляли собой искренние, душевные, ценностно-ориентированные диалоги. В литературных произведениях о мире профессий представлены культурные образцы подлинного и сокровенного общения, признания, направленности на другого. Диалог выступил пространством взаимного

⁴⁴ Особый интерес у детей вызвало обучающее видео «3D-ручка»: см. <https://youtu.be/WOaBlbtS7lc>

обмена результатами поисковой деятельности (о способах профессиональной деятельности воспитателя, инспектора ГИБДД, дизайнера и др.), чувствами, идеями. Практика коммуникаций с другими детьми, воспитателем и родителями предстаёт способом познания профессий, ценности результатов труда.

Практика философствования органична мировидению детей. Возраст почемучек является значимым этапом развития сознания ребёнка. Он учится устанавливать взаимосвязи, воспринимать окружающее в диалектических отношениях. Дети включаются в размышления о том, почему живым существам нужна еда, похоже ли питание человека и других живых существ, можно ли прожить без воды? Как развивается дизайн одежды? Можно ли одежду «напечатать»?

Игра также выступала пространством социальных коммуникаций и профориентационной практикой. В дошкольной организации создана профориентационная игровая среда, которая включает в себя образцы способов профессиональной деятельности, представленные в знаках профессий, и игровой материал, который стимулирует и поддерживает игру детей в профессии. В играх дети принимали на себя различные профессиональные роли (кулинар, воспитатель, инспектор ГИБДД, дизайнер одежды), проживая различные состояния (вдохновение, разочарование, удовольствие и др.), смыслы профессий (ценность для себя и других людей). Как профориентационная практика, игра обеспечивает развитие социальных, нравственных, интеллектуальных, эстетических и физических качеств детей [Kulikovskaya Irina, Chumicheva Raisa and Panov Ivan, 2019].

Студенты и преподаватели колледжей также выступили субъектами социальных коммуникаций с детьми дошкольного возраста. Они провели серию мастер-классов «Учимся у профессионалов», а также экскурсии на производства. Перед ребёнком открылся мир, в котором есть много тайн. Например, экскурсии в техникум кулинарного искусства и бизнеса стали эмоционально ярким событием, побудившим некоторых детей выбрать для профессиональной пробы кондитерское дело. Дети узнали, что маленькие бутербродики называются «канапэ»; их можно создавать, творчески используя разные продукты, которые придают особые оттенки вкусу, а мастер-классе в пиццерии «Додо-пицца» дети попробовали свои силы в роли пиццамейкера. В ходе мастер-класса ребята узнали правила безопасности работы в пиццерии, познакомились с технологическим процессом изготовления кулинарного изделия, самостоятельно изготовили вкусную пиццу. Итогом мастер-класса стало яркое событие – вручение детям дипломов пиццамейкера.

Дети проявляли в социальных коммуникациях статус субъекта, так как были активны в выборе обсуждаемой профессии, осознавали свою индивидуальность, оценивали свои профессиональные действия, предвосхищали последствия своих действий и поступков, выражали личностное отношение к природе, людям и предметам.

В социальных коммуникациях с детьми студенты колледжей и Южного федерального университета, а также воспитатели и преподаватели проявили свою субъектность, так как продемонстрировали высокий уровень самооценки, признавали ребёнка полноценным участником социальных коммуникаций (субъектом). Они

проявили активность в обеспечении разнообразия информации о профессии. Ориентировались на потребности и индивидуальные способности детей.

В детском саду реализуются STEAM-технологии в процессе практической подготовки детей к чемпионатам. Данные технологии являются мультимодальным образовательным пространством, в котором реализуются серьёзные игры, направленные на развитие критического инженерного мышления детей, их креативности, личной и командной успешности [Куликовская, 2019].

Участие в Чемпионате является стрессом для ребёнка, проявляющемся не только в приподнятом настроении, но и напряжении, неуверенности, даже страхе. Стрессогенными факторами выступают: присутствие в незнакомом месте, где собираются незнакомые люди; проведение чемпионата и оценка результатов незнакомыми взрослыми; необходимость достаточно быстрого решения заданий, которые отличаются от тех, с которыми ребёнок знакомился заранее; ответственность за представление своего детского сада, а не только лично своих достижений. Опыт побед и поражений, который дети приобретают, помогает сформировать адекватную самооценку, понять свои возможности, потребности. Социальные коммуникации со значимыми взрослыми позволяют детям преодолеть неуверенность и страх, сконцентрироваться на своих компетенциях и наилучшим образом выдержать испытания.

Ну и, пожалуй, самый важный и интересный этап профориентационной практики – участие в чемпионате. В 2019 году районный игровой чемпионат «Юные профессионалы» направления Baby Skills с использованием технологии стандартов World Skills Russia (WSR) прошёл по двум компетенциям: «Дошкольное воспитание» и «Кулинарное дело». В июле 2020 года Финал муниципального детского чемпионата Baby Skills впервые прошёл в дистанционном формате. В финальном этапе Чемпионата Baby Skills принимали участие 41 участник из 36 образовательных организаций города Ростова-на-Дону по 5 компетенциям: Дошкольное воспитание; Поварское дело; Робототехника; Инспектор ГИБДД; Дизайнер одежды. Дошкольники приобрели опыт публичного выступления среди своих сверстников и взрослых, попробовали себя в компетенциях стандартов WSR.

В 2022 году Чемпионат проходил во всех районах города Ростова-на-Дону. Реализовывался очно-дистанционный формат по восьми компетенциям:

- дошкольное воспитание;
- кондитерское дело;
- поварское дело;
- дизайн одежды и аксессуаров;
- ресторанный сервис;
- ландшафтный дизайн;
- парикмахерское искусство;
- 3d-дизайн.

В заключении необходимо подчеркнуть, что социальные коммуникации субъектов дошкольного образования в процессе подготовки и проведения Чемпионата BabySkills открывают ребёнку не только мир будущего, но и развивают его субъектный статус. Культура разных профессий, представленная набором ценностей, традиций, стереотипов и правил деятельности, стремительно развивается и приобретает новые

векторы развития. Этот вид культуры органично входит в субкультуру детства, предоставляя ребёнку возможность пережить встречу со взрослым миром, в котором можно стать успешным, креативным лидером.

Список литературы

Акимов И. Б. Взаимосвязь стадий становления субъектности и способов выполнения учебных действий обучающихся среднего профессионального образования / И. Б. Акимов // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия Психология. 2020. № 2 (28). С. 39–47.

Бабошина Е. Б. Субъектность педагога как ценностное основание его фигуративных свойств / Е. Б. Бабошина // Вестник Челябинского государственного университета. 2021. № 2 (448). С. 85–91.

Исаев Е. Психология образования человека. Становление субъектности в образовательных процессах / Е. Исаев, В. Слободчиков. Москва : Изд-во ПСТГУ, 2013. 431 с.

Куликовская И. Э. От науки к практике развивающего STEAM-образования детей / И. Э. Куликовская // Психолого-педагогические исследования. 2019. Т. 11, № 4. С. 110–120.

Петровский В. А. Личность в психологии: парадигма субъектности / В. А. Петровский. Ростов-на-Дону : Феникс, 1996.

Рубинштейн С. Л. Человек и мир / С. Л. Рубинштейн. М. : Наука, 1997. 191 с.

Савенков А. И. Базовые теоретические подходы к изучению учебной мотивации младших школьников в условиях дистанционного обучения / А. И. Савенков, Ю. А. Серебренникова // Известия института педагогики и психологии образования. 2021. № 3. С. 60–67.

Kulikovskaya, I. E. Robotics: development factor or social isolation of the child / I. E. Kulikovskaya, R. M. Chumicheva, I. Panov // SHS web of conferences : The conference proceedings APPSCONF-2019, Rostov-on-Don, 25–27 ноября 2019 года / Don State Technical University. Rostov-on-Don : EDP Sciences, 2019. P. 03008. EDN RICPUK.



Майорова-Щеглова Светлана Николаевна
Московский государственный
психолого-педагогический университет,
Москва, Россия.
sheglova-s@yandex.ru

ШКОЛЬНЫЙ УЧЕБНИК КАК ОВЕЩЕСТВЛЕННЫЙ КОНСТРУКТ КОММУНИКАЦИИ С ДЕТЬМИ И О ДЕТЯХ

Аннотация. Школьный учебник рассмотрен как важный материальный объект – проводник, организатор, стимулятор коммуникации между детьми, учителями и родителями. Одновременно он участвует в социальном конструировании конкретно-исторического детства на микро- и макроуровнях. Выявлены уровни учебной литературы для младших школьников: предметный/учебный, социализационный, экспрессивный/эмоциональный. На основе сравнения количества и содержания текстов зафиксированы тенденции изменения отношения к детям, закрепление новых практик ограничений самостоятельности и субъектности детей.

Ключевые слова: школьный учебник, коммуникация, социология детства, детская повседневность

Mayorova-Sheglova Svetlana N.
Moscow State University of Psychology and Education,
Moscow, Russia.
sheglova-s@yandex.ru

A SCHOOL TEXTBOOK AS A MATERIALIZED CONSTRUCT OF COMMUNICATION WITH AND ABOUT CHILDREN

Abstract. The school textbook is considered as an important material object – a guide, organizer, stimulator of communication between children, teachers and parents. At the same time, he participates in the social construction of concrete historical childhood at the micro and macro levels. The levels of educational literature for younger schoolchildren are revealed: subject/educational, socialization, expressive/emotional. Based on a comparison of the number and content of educational tasks in mathematics for 25 years, trends in changing attitudes towards children, the consolidation of new practices of restrictions on independence and subjectivity of children have been recorded.

Keywords: school textbook, communication, sociology of childhood, children's daily life

Говоря сегодня о коммуникации с детьми, социологи, как нам кажется, недооценивают значение некоторых материальных объектов – проводников, организаторов, стимуляторов этой коммуникации. По мнению В. С. Вахштайна, именно материальные вещи «сцепляют» и «расцепляют» в пространстве и времени различные формы взаимодействия [Вахштайн, 2017: 8–9]. Конструируемые интеракции в свою очередь могут формировать дальнейшие цепочки взаимодействий от прочных связей и кооперации до соперничества, конфликтов и кризисов.

Такая позиция требует отдельного пристального внимания социологов детства к материальным объектам, используемым в развитии и обучении юного поколения: играм и игрушкам, книгам и иным медиапродуктам, учебникам.

Учебники для школы не должны рассматриваться как обезличенные средства обучения, мы предлагаем изучать их воздействие как овеществлённого конструкта

детства на микро- и макроуровнях. С другой стороны, такие учебники – отражение представления о детях (уровне их развития и способностей, месте и роли в семье, школе, обществе).

Наш анализ учебников для начальной школы основывается на следующих методологических позициях. В учебной литературе выделяются как минимум 3 уровня:

Предметный (содержательно-семантический). Здесь нам встретились работы дидактиков-педагогов, которые в первую очередь изучают системность (полноту знаний по предмету с учётом соответствующего возраста; логичность, методику подачи, закрепления и контроля материала) [Макарченко, 2008].

Социализационный. Явные векторы влияния в социализации детей через учебники по истории, чтению и литературе, реже географии уже изучались современными социологами [Геддис, 2019; Гришина, Майорова-Щеглова, 2013; Колосова, 2022; Макаревич, 2013; Селиверстова, 2004].

Экспрессивно-эмоциональный уровень. Он «отвечает» за то, как воспринимаются учебные тексты и информация, включают ли внимание, принятие или отвержение, избегание, зависят не только от явных психологических факторов. Сам учебник может выполнять стимулирующую функцию, если применяется сюжетный рассказ; персонификация описываемых ситуаций и социальных процессов (приближение к повседневной жизни детей). Исследователи азбук и букварей отмечают, что авторы с давних времён стараются представить сюжеты и своих героев как типичные, обычные явления и именно это позволяет наладить коммуникацию в процессе обучения [Юдочкин, 2021].

Методика нашего авторского проекта представляет собой панельное исследование учебников по математике для начальной школы. Было проведено 3 замера в разные годы (1996, 2016 и 2021). Для эффективного усвоения математического знания учеником в учебнике создаются необходимые условия: разные формы презентации (текст и иллюстрации); стилистическое разнообразие заданий. Такие задания в форме задач охватывают широкий круг тем, которые позволяют учащимся начальных классов, без психологических и социальных особенностей, обнаружить знакомые черты своей повседневности. Иллюстративный материал в сравнении с вербальным имеет меньшее разнообразие.

При каждом замере анализу подвергнуты школьные задачки с главными героями-детьми и проведён количественный подсчёт соотношения задач с различной деятельностью (учебной, релаксационной, трудовой).

Выявлены некоторые закономерности, постоянно воспроизводящиеся в трёх замерах: преобладание героев-мальчиков, постановка их имён на первые места. Перманентно в текстах проходит закрепление традиционного разделения труда и видов деятельности детей разного пола.

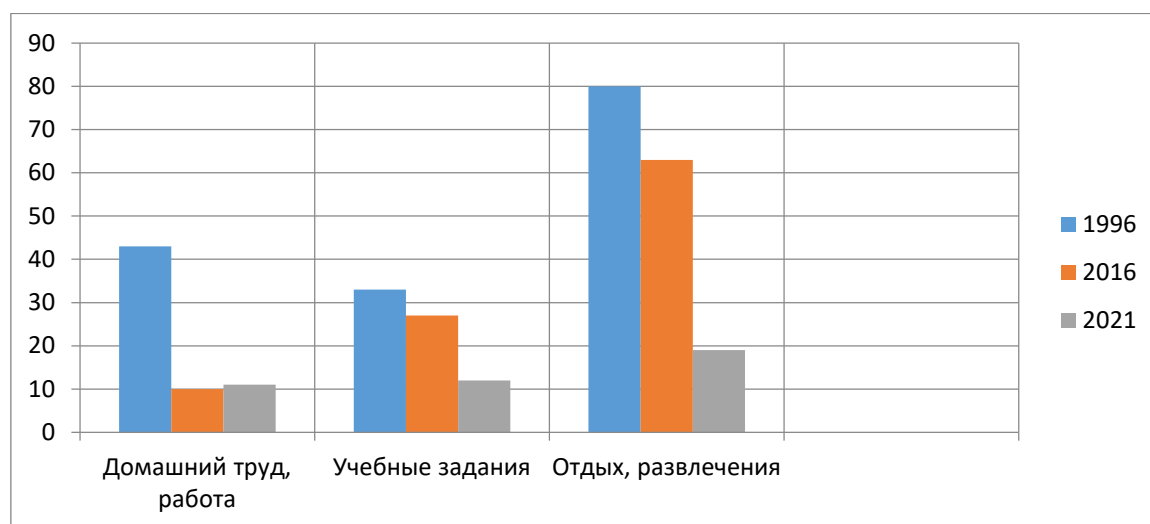


Диаграмма 1. Сравнение различных видов деятельности детей-персонажей задач (сравнение по годам анализа в абсолютном значении)

При сравнении содержания задач мы заметили изменения детского пространства жизни. На наш взгляд, авторы учебников уловили довольно точно некоторые новые практики детства и перенесли их на страницы учебника как основу будущих коммуникаций с детьми.

Обнаружено серьёзное уменьшение числа задач, где главными героями выступают персонифицированные дети. В задачах XXI века дети всё чаще действуют совместно со взрослыми, точнее родителями, в то время как раньше учебники описывали самостоятельность детей при прогулках, отдыхе, летних занятиях, помощи семьям. Старшее поколение (бабушки-дедушки) исчезают из жизни современных детей, если судить по учебникам, и в этом нам видится ещё одно доказательство нарушений межгенерационных связей [Бессчётнова, Майорова-Щеглова, 2021].

Отдельный тезис посвятим роли учебников в коммуникации с родителями. Современные родители очень глубоко погружены в детскую жизнь, осуществляют контроль за ними. Родители до 11 лет продолжают постоянно проверять домашние задания у своих детей и помогать им их выполнять, а, значит, точно читают эти тексты [Майорова-Щеглова, Митрофанова, 2020]. Так учебник своеобразно конструирует родительство, предлагая образцы организации учебного и внеучебного пространства вокруг ребёнка.

В учебниках как в зеркале реальной жизни происходит свёртывание сегментов труда детей, самообслуживания в семье и школе. Зафиксированы раннее включение детей в практики потребительского поведения.

Также мы обнаружили в поздних изданиях меньше задач, где с детьми происходит что-то на природе, всё чаще описывается городское детство. При этом в текстах нет упоминаний о современных технологиях: музыку герои задач – дети – всё ещё слушают на компакт-дисках, у них нет компьютеров и иных гаджетов.

Мы видим позитивную тенденцию в распространении описаний спортивных занятий детей, однако довольно часто подчёркиваются достижения (место, награда) в качестве цели такой деятельности.

Выводы: Наше сравнительное исследование позволило зафиксировать три динамических процесса коммуникации с помощью учебника: закрепление традиционных констант детства, перенос исторического опыта авторов учебников в содержание задач, парадоксы сегодняшнего детства, связанные с ускоренным процессом включения детей в сферу финансов, потребления, конкуренции и достижения при одновременном запаздывании самостоятельности и самодеятельности современных школьников.

Одно из определений коммуникации включает в себя аспект передачи информации с целью координации, синхронизации процессов. В этом смысле учебник, несомненно, является организатором детского пространства через концентрацию родителей и других взрослых вокруг ребёнка и на ребёнке.

Если азбуку и другую учебную литературу по обучению грамоте уже можно отнести к «сборнику идеальных представлений» о ценностях граждан этого государства и этой эпохи, то учебники по математике несут в себе более точную печать эпохи, позиций детей в обществе, так как менее подвержены цензурированию, соответствию некоторому государственному заказу на воспитание и социализацию. Они реже входят в поле зрения профессионального сообщества, социальных надзорных учреждений, однако смысл неявный, завуалированный считывается обществом. Мы полагаем, что приближение содержания в учебниках, положительные эмоции обучающихся, связанные с узнаванием и принятием описания социальной жизни позитивно влияют и на освоение учебного материала, но главное, ввиду своей латентности, недирективности, ненавязчивости имеют значение для социальной адаптации ребёнка. Мы предлагаем в качестве рекомендации – перенаправление авторов учебников (в частности учебников по математике) на написание задач-ситуаций, связанных с новыми реалиями трансформации детской жизни: информатизации, волонтерства, укрепления поколенческих отношений и др. Как цель может быть задано введение социализационного, воспитательного компонента и в эту учебную литературу.

Все отмеченные свойства превращают школьные учебники как важные конструкты и конструкторы коммуникации с детьми и о детях в современном обществе в объекты изучения социологии детства.

Список литературы

Бессчётнова О. В. «Собственно с ними я и выросла...»: взаимоотношения поколений через призму ретроспективных воспоминаний современной молодёжи о детстве. призму ретроспективных воспоминаний о детстве современной молодёжи / О. В. Бессчётнова, С. Н. Майорова-Щеглова // Журнал социологии и социальной антропологии. 2021. № 24 (4). С. 110–137.

Вахштайн В. С. Пересборка повседневности: беспилотники, лифты и проект ПкМ-1 / В. С. Вахштайн // Логос. 2017. Т. 27, № 2 (117). С. 1–48.

Геддис Е. В. Современный школьный учебник как средство построения процесса обучения / Е. В. Геддис // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2019. № 3. С. 84–91.

Гришина Е. А. Формирование визуального образа Родины в сознании школьников / Е. А. Гришина, С. Н. Майорова-Щеглова // Народное образование. 2013. № 1 (1424). С. 260–265.

Колосова Е. А. Гендерные аспекты в изучении чтения подростков и юношества: по материалам социологических исследований 2013–2021 гг. / Е. А. Колосова // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2022. № 1. Ч. 2. С. 227–236.

Майорова-Щеглова С. Н. Раннее взросление или инфантилизация: парадокс событийности современного детства / С. Н. Майорова-Щеглова, С. Ю. Митрофанова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. Т. 13, № 1. С. 25–39. DOI 10.21638/spbu12.2020.102.

Макаревич Г. В. Рустицизм и урбанизм: детское и недетское в современном учебнике «Литературное чтение» / Г. В. Макаревич // Вопросы культурологии. 2013. № 1. С. 52–58.

Макарченко М. Г. Контекстуальный анализ учебных текстов по математике / М. Г. Макарченко // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2008. С. 268–275.

Селиверстова Н. А. Учебники в системе русскоязычного образования: социокультурное взаимодействие России со странами СНГ и Балтии / Н. А. Селиверстова // Народное образование. 2004. № 2 (1335). С. 16–20.

Юдочкин Д. Ю. Антирелигиозная пропаганда в букварях и азбуках советской России 1920–30-х гг.: структурный и смысловой анализ / Д. Ю. Юдочкин // Время науки. 2021. № 4. С. 28–40.



Пьянов Алексей Алексеевич
Московский государственный технический
университет им. Н. Э. Баумана,
Москва, Россия.
pyanovaa@student.bmstu.ru

ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИИ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ ГЛАЗАМИ РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ: ОЖИДАНИЯ И РЕАЛЬНОСТЬ

Аннотация. Представлены результаты сопоставления ожиданий студентов и действительности в системе коммуникации «преподаватель – студент». Коммуникация исследована в рамках методологии понимающей социологии Макса Вебера, в соответствии с которой эффективная коммуникация является, прежде всего, социальным действием, учитывающим взаимные ожидания участников общения. С помощью опросного метода проведён сравнительный анализ ожиданий студентов и стилей общения преподавателей, демонстрируемые в процессе учебной коммуникации.

Ключевые слова: коммуникация, стиль педагогического общения, цензурность коммуникации, студенты, преподаватели, ожидания, высшее образование

Ryanov Alexei A.
Bauman Moscow Technical State University,
Moscow, Russia.
pyanovaa@student.bmstu.ru

PROBLEMS OF COMMUNICATION IN HIGHER EDUCATION IN THE EYES OF RUSSIAN STUDENTS: EXPECTATIONS AND REALITY

Abstract. The article presents the results of comparing students' expectations and reality in the «teacher-student» communication system. The study of communication was carried out within the framework of the methodology of understanding sociology of Max Weber, suggesting that effective communication is, first of all, a social action that takes into account the mutual expectations of the participants in communication. Using a survey method, the authors conduct a comparative analysis of the expectations of students and communication styles of teachers, demonstrated in the process of educational communication.

Keywords: communication, style of pedagogical communication, censorship of communication, students, teachers, expectations, higher education

Сегодня институт высшего образования претерпевает серьёзные изменения. Благодаря внедрению новых технологий ускоряется процесс получения знаний, а основные субъекты образовательного процесса – преподаватели и студенты территориально и ментально отдаляются друг от друга. Массовые изменения вызывают накопление противоречивых и конфликтных ситуаций, стороны которых могут достигнуть консенсуса лишь благодаря качественной коммуникации.

Понятие коммуникации неразрывно связано с термином «социальные отношения». Макс Вебер определяет социальные отношения как поведение нескольких лиц при том, что действие каждого из них по смыслу обуславливает действия других и ориентируется на эту взаимообусловленность [Вебер, 2016: 447]. Общение, в свою очередь, – это универсальная форма (способ) взаимоотношений людей, которая может выступать в одно и то же время и как процесс взаимодействия

индивидов, и как информационный процесс, и как отношение людей друг к другу, и как процесс взаимовлияния друг на друга, и как процесс сопереживания и взаимного понимания друг друга [Рахимова, Даниленко, Крюкова, 2017: 200]. Таким образом, коммуникация является неотъемлемой частью социальных отношений, а точнее их языком.

Поведение субъектов социума формирует действия других субъектов и в то же время основывается на них, поэтому возникает потребность в выделении промежуточного звена, определяющего предполагаемую реакцию на конкретные поступки. Эту роль (функцию) выполняют социальные ожидания. В социологии под социальными ожиданиями понимают субъективные ориентации в виде совокупности социальных установок, стереотипов поведения, оценок хода значимого события, которые разделяются членами социальной группы или всего общества и обеспечивают познавательную, эмоциональную и поведенческую готовность индивидов к этим событиям [Новожилова, 2015: 94]. Социальные ожидания во многом определяют смысл и траектории поведения личности. Реальная действительность, отражённая через социальные ожидания, детерминирует целеполагающую деятельность и поведенческие коннотации личности. В силу этого социальные ожидания участвуют в регулировании действий людей и социальных групп, а также демонстрируют их умонастроения и мироощущения, ценностные ориентации и установки [Грибов, 2016: 182]. Коммуникация – это язык социальных отношений, поэтому рассмотрение ожиданий в контексте коммуникации является возможным и даже необходимым.

Коммуникативные ожидания как часть социальных ожиданий требуют подробного изучения во всех сферах общественной жизни, но в данной работе рассмотрена область высшего образования, а именно коммуникация «преподаватель – студент».

Для проведения последующего анализа следует выделить основные функции социальных ожиданий в рамках образовательного процесса [Попович, 2015: 64]:

- регуляционная – способность личности анализировать свой внутренний мир и на этой основе формировать соответствующие регуляционные системы, которые изменяют восприятие и отношение как к самому себе, так и к окружающим (например, приемлемые формы обращения к себе и собеседнику);
- посредническая – уравнивание, балансировка деятельности личности (например, уравнивание практической и межличностной частей общения);
- корректирующая – приостановка, сдерживание развития личности (например, исключения из общения определённых слов или «острых» тем);
- ориентационная – объективная необходимость согласованных действий, своё место в системе совместной деятельности (например, осознание своих собственных целей и целей собеседника или социальной группы в рамках коммуникации);
- прогностическая – предвидение хода событий участников взаимодействия, субъектов поведения (например, предвидение хода общения, реакций собеседника);
- оценивающая – оценка как собственных реакций, высказываний, суждений, действий, поступков и поведения, так и других участников взаимодействия (например, оценка как собственных реакций, высказываний, суждений, действий, поступков и поведения, так и других участников взаимодействия);

- стабилизационная – формирование личностных и групповых норм; (например, внедрение норм поведения, приемлемых для конкретной коммуникативной группы)
- трансформирующая – трансформация отдельных социальных норм в социальные ожидания. Различные стремления участников группового взаимодействия объединяются в систему взаимных ожиданий-требований (например, трансформация коммуникативных норм в коммуникативные ожидания);
- контрольная – контроль конструирования модели ожидаемого будущего (например, обратная связь оценки результата и цели коммуникации).

Таким образом, для изучения коммуникативных ожиданий студентов следует рассмотреть следующие основные факторы, влияющие на коммуникацию преподавателей и студентов: форма обращения, степень формальности, цензурность, следование целям (как собственным и собеседника, так и образовательным), прогнозирование реакций, оценивание, использование принятых норм, обратная связь.

В рамках данной статьи ожидания – это представления студентов о характере коммуникации с преподавателями, реальность – существующие (используемые) формы коммуникации. Ожидания преподавателей будут рассмотрены в последующих исследованиях.

Рассмотрим типы педагогического общения как реальности, с которой сталкиваются студенты. Психолог Александрович П. И. выделяет следующие стили педагогического общения [Александрович, 2010: 108]:

- на основе высоких профессиональных установок педагога, его отношения к педагогической деятельности в целом;
- на основе дружеского расположения. Педагог исполняет роль наставника, старшего товарища, участника совместной учебной деятельности;
- общение-дистанция. В этом случае во взаимоотношениях постоянно прослеживается дистанция во всех сферах: в обучении – со ссылкой на авторитет и профессионализм, в воспитании – со ссылкой на жизненный опыт и возраст;
- общение-устрашение. Негативная форма общения, вскрывающая педагогическую несостоятельность прибегающего к нему преподавателя;
- общение-заигрывание. Характерно для молодых преподавателей, стремящихся к популярности. Обеспечивает лишь ложный, дешёвый авторитет.

В свою очередь, В. В. Спивакова выделяет 4 типа педагогического общения [Спивакова, 2008: 247]:

- 1) подавляющий – требующий жёсткого подчинения студентов без учёта конкретной ситуации;
- 2) панибратский – демонстрирующий ложное равенство преподавателя и студента;
- 3) официальный – основанный на формальном соблюдении прав и обязанностей преподавателя и студента;
- 4) содержательно-деловой – предполагающий сотрудничество преподавателя со студентами, тесное их взаимодействие.

Таким образом, можно выделить основные стили педагогического общения при рассмотрении коммуникативных ожиданий: официально-деловой, дружеский,

устрашающий (подавляющий), индифферентный (безучастный). Данные стили общения могут комбинироваться и смешиваться, но при этом один из них остаётся основным, что позволяет изучать собирательные образы коммуникативных групп преподавателей. Кроме того, были выделены 8 факторов, которые могут вызывать проблемы и конфликты в рамках коммуникации «преподаватель – студент». Для того чтобы выявить ожидания студентов и сравнить их с мнением преподавателей, было проведено эмпирическое исследование, объектом которого стали студенты московских вузов МГТУ им. Н. Э. Баумана и РГУ им. А. Н. Косыгина. Анкетирование проводилось путём интернет-опроса через сервис Google.Forms. Отдельное внимание было уделено вопросам онлайн-коммуникации, ставшей в настоящее время одной из основных частей высшего образования [Черкасова, 2021: 132]. Выборка составила $n = 112$ человек. Тип выборки – снежный ком.

Большое значение в коммуникации имеет форма обращения. Данные об этом факторе в процентах от числа опрошенных представлены в табл. 1. Здесь отчётливо прослеживаются различия в ожиданиях и реальности: в то время как 96,4% студентов обращаются к преподавателям на «Вы», лишь 78,6% предпочитают такую форму обращения. В обращении преподавателей к студентам существенных расхождений между ожиданиями и реальностью не наблюдается, в обоих случаях официальную форму предпочитают практически две трети опрошенных. Кроме того, 21,4% студентов стремятся к общению с преподавателями в дружеском стиле (панибратском), но в реальности преобладают более официальные типы педагогического общения. При этом обучающиеся согласны с устоявшимися нормами и соблюдают их.

Таблица 1. Формы обращения, %

Степень принятия формы обращения	Преподавателей к студентам		Студентов к преподавателям	
	На «Вы»	На «ты»	На «Вы»	На «ты»
Наиболее вероятное	64,3	35,7	96,4	3,6
Предпочтительное	59,8	40,2	78,6	21,4

Цензурность коммуникации, под которой понимается исключение «острых» тем (политики, религии, личных вопросов и т. д.), помогает избежать конфликтов, но в то же время сужает область тем для общения преподавателей и студентов, делая его более формальным. Информация о нежелательных, конфликтогенных темах отображена в табл. 2.

Таблица 2. Конфликтогенные темы в общении, %

Темы	Конфликтогенная тема, не обсуждаемая в повседневности	Конфликтогенная тема по мнению студентов
Политика	67	53,6
Религия	67	51,8
Личные вопросы	60,7	57,1
Обсуждение коллег	25,9	25
Таких тем нет	7,1	11,6

Половина опрошенных студентов отметили такие нежелательные темы для обсуждения, как политика (53,6%), религия (67%), личные вопросы (57,1%). Конфликтogenicность этих тем в действительности наблюдали более половины опрошенных. Таким образом, можно сделать вывод, что ожидания опрошенных студентов о нежелательных темах в общении с преподавателями и их конфликтogenicностью на практике совпадают. Учитывая полученные ранее данные о предпочтительных формах обращения, можно предположить, что, если преподаватель использует официально-деловой, подавляющий или индифферентный стиль общения, то более подходящим будет ограничение «острых» тем в коммуникации, таких как политика, религия, личные вопросы. В то же время, при дружеском общении эти вопросы могут свободно обсуждаться.

Данные опроса показывают, что в студенческом и преподавательском сообществе отсутствует консенсус по поводу цензуры общения, что требует дальнейшего изучения как отдельный феномен.

Сегодня особенно важна онлайн-коммуникация. Правильный выбор сервиса для образовательных и коммуникационных целей является необходимым как для преподавателей, так и для студентов. В табл. 3 отображена информация о предпочтениях студентов и сервисах, наиболее вероятно используемых в онлайн-общении.

Таблица 3. Онлайн-сервисы для общения, %

Сервисы	Используются преподавателями	Наиболее предпочтительны для студентов
Почта	83	49,1
Мессенджеры	62,5	83
Социальные сети	33,9	47,3
Телефонные звонки	7,1	3,6

В выборе сервисов для онлайн-коммуникации прослеживаются различия между использованием почты, мессенджеров и социальных сетей, телефонные звонки одновременно не пользуются спросом и не предпочтительны. Полученные данные показывают различие во взглядах преподавателей и студентов на общение в Интернете. Для студентов более удобными являются мессенджеры и социальные сети, а преподаватели, в свою очередь, предпочитают почту. Такое несоответствие может вызывать недопонимания и осложнения в общении. В то же время данные показывают преобладание официально-делового и индифферентного стиля преподавания, так как почта является наиболее обезличенным и формальным способом передачи информации. При общении по почте, в отличие от мессенджеров, нет индикаторов, сообщающих о прочтении сообщения, нет фотографий и постов, как в социальных сетях, кроме того, отсутствует эмоциональный окрас, выражаемый в виде смайлов и стикеров. Перечисленные факторы сводят к минимуму эмоциональную связь между собеседниками, обмен информацией осуществляется нейтрально.

Соответствие целей общения преподавателей и студентов или понимание целей друг друга является необходимым для успешной коммуникации. Распределение

ответов о том, насколько согласованы цели преподавателей и студентов, представлено в табл. 4.

Таблица 4. Цели общения, %

Наименование цели	Цели преподавателей (по мнению студентов)	Наиболее предпочтительные цели для студентов
Обучить изучаемой дисциплине	74,1	71,4
Выполнить трудовые обязательства перед вузом	17,2	1,8
Самоутвердиться	7,1	1,8
Сотрудничать со студентами для участия в научной деятельности	1,8	2,7
Стать наставником, сформировать личность студентов	0,9	21,4
Стать другом, примером для подражания	0,9	0,9

Студенты сходятся во мнении, что основной целью общения с преподавателями должно быть стремление обучить изучаемой дисциплине. Этот ответ в то же время является и самым предпочтительным. Основные различия проявляются в пунктах «Выполнить трудовые обязательства перед вузом» и «Стать наставником, сформировать личность студентов». Эти различия являются закономерными, исходя из ответов на предыдущие вопросы. Студенты отмечают реальность более официально-деловой, а ожидания дружескими, наставническими, так как ответ «Стать наставником, сформировать личность студентов» превалирует в ожиданиях (21,4% против 0,9%). Цель общения прослеживается через формы обращения, цензурность и выбор онлайн-сервисов, являясь обобщением полученных данных. Так, можно отметить, что изменение восприятия целей преподавателей возможно через корректировку вышеперечисленных факторов в сторону наставнических и дружеских отношений.

Для студентов большинство преподавателей являются представителями индифферентного типа педагогического общения, но в то же время 21% опрошенных считает самой предпочтительной целью выполнение преподавателем роли наставника. Это может быть связано с желанием студентов изучить не только тонкости определённой дисциплины, но и общие вопросы политики, общества, экономики, семейных отношений и т. д. Молодёжь стоит перед выбором путей своего будущего, и ей требуется мнение опытного человека, состоявшегося в выбранной ими области деятельности [Курьян, Воронина, 2020: 219]. Так, развитие преемственности и передачи опыта в сфере высшего образования может стать одним из основополагающих решений существующих проблем.

Обратная связь необходима для комфортной коммуникации и улучшения существующего общения, однако на вопрос «спрашивают ли преподаватели мнение студентов о прошедших парах», 83% респондентов ответили, что никогда не спрашивают, 9,8% – что спрашивают после лекций, 8% – после занятий по сложным темам, 6,3% – после занятий по интересным темам, 6,3% – после семинаров, при этом 75,9% опрошенных хотели бы делиться с преподавателями своим мнением о прошедших парах, а 24,1% – не хотели бы. Таким образом, ожидания студентов не соответствуют реальной коммуникации в образовательном процессе. Студенты ищут в преподавателях наставников, и обратная связь для них является способом узнать информацию, выходящую за рамки учебной программы.

Можно сделать вывод, что обратная связь в общении «преподаватель – студент» является достаточно большой проблемой. Преподаватели проявляют безучастный стиль общения, а студенты, в свою очередь, хотят поделиться своими предложениями и идеями, узнать мнение лектора или семинариста об интересующих вопросах, которые могут быть как связанными с темой занятия, так и не относящимися к ней.

Оценивание собеседника и самооценка определяют стиль общения. Студенты считают большинство преподавателей требовательными (62,5%), справедливыми (54,5%), дружелюбными (44,6%), строгими (43,8%), отзывчивыми (32,1%), общительными (23,2%), искренними (15,2%), а себя – дружелюбными (46,4%), общительными (42%), старательными (42%), ленивыми (32,8%), искренними (32,1%), нерешительными (21,4%). Данные показывают, что студенты в большей степени отмечают качества преподавателей, напрямую связанные с учебной деятельностью: требовательность и справедливость. Общительность и искренность, по мнению респондентов, не являются характерными качествами преподавателей. Обучающиеся активно общаются друг с другом, а преподаватели для них являются лишь лицами, передающими информацию. Доминирующие стили общения преподавателя и студента (официально-деловой и индифферентный) не способствуют эффективной учебной коммуникации и в целом не соответствуют ожиданиям опрошенных студентов.

Респонденты оценивают свои личностные качества, необходимые для межличностного общения, следующим образом. Дружелюбными и общительными считают себя соответственно 46,4% и 42%. Это во многом подтверждает ранее полученные данные о стремлении студентов к более дружеской коммуникации с преподавателями. Исходя из результатов опроса, студенты проявляют себя открыто и дружелюбно, но не встречают такого же расположения к себе. Коммуникационный портрет студента имеет большие отличия от портрета преподавателей, что может создавать проблемы в общении.

Анализ результатов проведённого опроса выявляет наличие проблем в сопоставлении ожиданий студентов и реального положения дел в рамках коммуникации «преподаватель – студент». В каждом из предложенных для анализа факторов существуют несоответствия предполагаемых и предпочтительных практик в общении с преподавателями. Исследование показывает, что студенты характеризуют общение с преподавателями преимущественно как официально-деловое, подавляющее и индифферентное, но при этом хотят более наставнических отношений, свойственных дружескому стилю коммуникации.

Отдельного внимания заслуживает выявление нежелательных, конфликтогенных тем в общении, здесь мнения респондентов разделились практически пополам. Поиск согласия по данному вопросу должен стать одной из важнейших тем обсуждения в преподавательских и студенческих кругах.

Таким образом, для студентов наиболее предпочтительным решением проблем в коммуникации с преподавателями является изменение форм взаимодействия в сторону применения наставнических практик. Студентам нужен пример для подражания, человек, который не только обучит своей дисциплине, но и поможет в поиске решений личных проблем. Вопрос состоит в том, как на это смотрят сами преподаватели, так как их работа подразумевает взаимодействие с большим количеством студентов, и времени на индивидуальный подход к каждому может не

хватить. Проведённый опрос зафиксировал несоответствие ожиданий и реальности и помог наметить направления дальнейшей работы.

Проблемы коммуникации в высшем образовании требуют изучения с учётом ожиданий и предпочтений не только студентов, но и преподавателей. Сопоставив мнения обеих сторон, возможно исчерпывающе и практико-ориентированно решить существующие проблемы рассогласования ожиданий участников учебного процесса.

Список литературы

Александрович П. И. Педагогическое общение преподавателя со студентами вуза / П. И. Александрович // Труды БГТУ. Сер. 6: История, философия. 2010. № 5. С. 108–111.

Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии : в 4 т. Т. 1 / М. Вебер. М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. 447 с.

Грибов Д. Е. Социальные ожидания как регулятор социального поведения личности: теоретические проблемы исследования / Д. Е. Грибов // Гуманитарий Юга России. 2016. № 3. С. 182–189.

Курьян М. Л. Общение студентов и преподавателей вне аудитории: теоретический обзор зарубежных исследований / М. Л. Курьян, Е. А. Воронина // Педагогика и психология образования. 2020. № 1. С. 219–237.

Новожилова Т. Н. Социальные ожидания субъектов педагогического процесса высшей школы: психолого-педагогический аспект / Т. Н. Новожилова // Социальные явления. 2015. № 3. С. 94–98.

Попович И. С. Функции социальных ожиданий личности в педагогическом процессе / И. С. Попович // Социальные явления. 2015. № 3. С. 64–72.

Рахимова Т. А. К вопросу о взаимоотношениях «Преподаватель – студент» в процессе общения / Т. А. Разимова, Л. П. Даниленка, Ю. А. Крюкова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 5–1. С. 199–203.

Спивакова В. В. Педагогическое общение в системе «Преподаватель студент» / В. В. Спивакова // Известия РГПУ им. А. И. Герцена, 2008. № 76–2. С. 247–250.

Черкасова В. Ю. Онлайн-коммуникация преподавателей и студентов в системе высшего образования: проблемы и перспективы / В. Ю. Черкасова // Педагогическое образование в России. 2021. № 2. С. 132–143

[EDN: WGIUGO](#)



Суркова Ирина Юрьевна

Поволжский институт управления имени П. А. Столыпина –
филиал Российской академии народного хозяйства и
государственной службы при Президенте РФ,
г. Саратов, Россия.

irina_surkova@mail.ru

Панченко Ирина Михайловна

Государственное автономное учреждение
дополнительного профессионального образования
«Саратовский областной институт развития образования»,
г. Саратов, Россия.

panirm@gmail.com

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СЕТЕВЫЕ СООБЩЕСТВА КАК РЕСУРС ПРЕОДОЛЕНИЯ КРИЗИСА ИДЕНТИЧНОСТИ ПЕДАГОГОВ

Аннотация. Особое внимание авторы уделяют профессиональным сетевым сообществам работников образования, которые помогают педагогам не только приобретать необходимые компетенции цифрового учителя, но и укрепляют их профессиональную идентификацию. Дана характеристика авторской модели социальной системы профессиональных педагогических сетевых сообществ.

Ключевые слова: профессиональные сетевые сообщества учителей, кризис идентичности, цифровой педагог, профессиональная идентичность учителей

Surkova Irina Yu.

Volga Region Institute of Management named after P. A. Stolypin –
branch of the Russian Academy of National Economy and
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,
Saratov, Russia.

irina_surkova@mail.ru

Panchenko Irina M.

State autonomous institution additional professional education
«Saratov Regional Institute of Education Development»,
Saratov, Russia.

anirm@gmail.com

PROFESSIONAL NETWORK COMMUNITIES AS A RESOURCE FOR OVERCOMING THE IDENTITY CRISIS OF EDUCATORS

Abstract. The authors pay special attention to professional network communities of educators, which help teachers not only to acquire the necessary competences of a digital teacher, but also strengthen their professional identity. The author's model of the social system of professional teaching network communities is characterized.

Keywords: teacher professional networking communities, identity crisis, digital educator, professional identity of teachers

Введение

В российском образовании на современном этапе происходят трансформационные процессы, которые обусловлены запросами цифровой экономики страны и возникающими в связи с этим новыми требованиями к педагогическим кадрам. Так, в Федеральном проекте «Цифровая школа» делается акцент на увеличении доли педагогических работников, состоящих в цифровых профессиональных сообществах, к 2024 году до 70%. Очевидно, что происходит уплотнение пространственно-временных дистанций, нет необходимости личных интеракций во время образовательного процесса, стираются барьеры доступа к образовательным услугам. Как отмечают О. И. Марар и С. С. Рыбакова, «Интернет освобождает институт образования как структуру от категорий времени и пространства» [Рыбакова, Марар, 2019: 39]. Педагоги начинают активно осваивать электронные учебники и учебные пособия, электронные журналы, информационную образовательную среду (ИОС), порталы обмена информацией между сотрудниками конкретного образовательного учреждения – Интранет, мобильные приложения, в том числе облегчающие сетевое взаимодействие с обучающимися. Все эти формы взаимодействия многократно активизировались в период пандемии и частичного перехода на удалённый формат работы.

Однако цифровизация образовательного процесса имеет не только положительные стороны, но и отрицательные, которые касаются, в первую очередь, изменения традиционного статуса работников образования, формирующегося вокруг монополии на экспертное знание. Нормы и ценности традиционного института образования размываются, подтачивая устои, на которых в классическом формате выстраивалась профессиональная идентичность педагогов. Формальная система образования достаточно ригидная структура с устоявшимися моделями взаимодействия учителей и учеников, привычными формами трансляции знаний, а цифровая среда модифицирует эту постройку, фундаментально меняя ракурсы передачи знаний и распределения ролей, подрывает саму идеологию классического образования. Мы встаём перед «социальной пропастью» между новым образом цифрового учителя и реальным пространством школы.

Кроме того, в постмодернистском обществе учитель попадает в ситуацию возрастающего количества социальных ролей, становится участником множества социальных групп (сетей), приобретая «постмодернистскую самость», и как отмечает А. А. Пфетцер, идентичность приобретает «фрагментированный, диффузный характер» [Пфетцер, 2021: 986]. В интернет-среде человек находится в полифонической среде, испытывая на себе дефицит межличностного общения и возрастающую потребность в «замещающей» идентификации в социальных сетях [Короленко, Дмитриева, 2013]. Собственно, у учителей наблюдается кризис идентичности за счёт замены учительского труда компьютерными технологиями, с одной стороны, а, с другой, в связи с тем, что ученики зачастую имеют больший уровень овладения цифровыми компетенциями, чем их преподаватели.

Основные акторы формирования и укрепления профессиональной идентичности педагогов: государство, образовательное учреждение, профессиональные сетевые сообщества

В новых условиях запроса государства и общества на «идеальный образ цифрового педагога» работники образования встают перед сложнейшей задачей «пересборки» своей профессиональной идентичности в траекториях ролевой вариативности, избавления от этой сетевой фрагментарности. При этом государство практически не помогает учителям в этом сложном деле, транслируя на законодательном уровне запросы, разрабатывая государственные программы, декларативно призывая учителей примерять на себя новые уже «сетевые идентичности», т. е. «компонент самосознания личности, связанный с активностью субъекта, обеспечивающий целостность и тождественность личности в процессе взаимодействия в интернет-среде, расширяя возможности для самовыражения и максимального раскрытия потенциала личности» [Пахтусова, 2019: 24].

Учителя пытаются решить проблемы с «фрагментарной идентичностью» с помощью образовательных учреждений, которые в свою очередь чаще всего используют директивные формы принудительного характера. Например, включение определённых цифровых показателей в эффективный контракт. Руководство в своей деятельности ориентируется на показатели, которые можно использовать в отчётной документации, например, выполнение контрольных цифр Федерального проекта «Цифровая школа»; активное использование педагогами сетевых профессиональных сообществ, количественные показатели использования информационных ресурсов в образовательной деятельности, разработка медиа-продуктов и т. п.

Очевидно, что педагогическое сообщество не может оставаться в стагнации, когда мир вокруг меняется, ведь, как указывает в своих работах Л. А. Обухова, «Современный профессионал должен видеть свою профессию во всей совокупности её широких социальных связей, знать предъявляемые к ней и её представителям требования, понимать содержание и специфику своей профессиональной деятельности, ориентироваться в круге профессиональных задач и быть готовым разрешать их в меняющихся социальных условиях» [Обухова, 2017: 36]. При этом на помощь педагогам приходят профессиональные сетевые сообщества, становясь ресурсом, благодаря которому происходит и обретение необходимых педагогических компетенций в цифровой среде, согласно современным запросам, и осуществляется ролевая «пересборка», способствующая нивелированию проявлений «фрагментарной идентичности». Всё это проходит более успешно, поскольку формат взаимодействия там чем-то похож на офлайн группы, где можно через взаимодействия с коллегами принять общность новых ценностей и норм, поделиться опытом, как лучше использовать те или иные методы работы, практики взаимодействия со школьниками, чтобы не потерять своё экспертное знание и приобрести новые роли, например, тьюторов, наставников, генераторов проектных идей и т. п. Работник образования полноценно становится цифровым субъектом, главное качество которого, по мнению Л. А. Василенко, является «способность активными действиями осуществлять преобразования в условиях цифрового общества» [Василенко, 2021: 9].

Практики подобной активной солидаризации в профессиональных сетевых сообществах как силовом поле, поддерживающим педагогов на пути своей обновлённой идентификации, не доступны тем педагогам, которые категорически отрицают для себя пользу от такого взаимодействия (либо как противовес принудительности, либо в силу сложностей освоения новых технологий). Они продолжают ощущать свою принадлежность к учительству, но старого традиционного поколения, что уже не отражает новых запросов общества и реакций на вызовы современности, и такие работники образования попадают на периферию профессионального пространства, вытесняются в зону «отчуждения».

Анализ навигации и контента сетевых профессиональных сообществ

В результате аналитической работы нами было установлено, что профессиональные сообщества представляют собой площадку для воспроизводства профессиональной идентичности учителей через институционализированные практики взаимодействия:

- новые формы ролевого обмена (перевод учителя из позиции обучающего в позицию обучаемого; вариативности ролевого ряда цифрового педагога в качестве тьютора, эксперта, наставника, исследователя, организатора, сетевого педагога-куратора, специалиста по экспертизе ЭОР);
- социальное взаимодействие, необходимое при виртуальном общении акторов (установление контактов с модераторами, консультантами, экспертами, руководителями проектов в сетевом сообществе);
- систему обмена информацией и знаниями, трансляцию инновационного профессионального опыта (в каждом сетевом сообществе есть правила взаимодействия, нормы, ценности, санкции, навигация);
- школу мастерства в перспективе реализации творческой активности педагога, стимулирующей его профессиональный рост.

Благодаря этой площадке осуществляется серьёзная работа учителей, что чрезвычайно важно, особенно для сельских школ, в которых наблюдаются перебои с поставкой цифровой техники и установкой высокоскоростного интернета.

Проведённый нами анализ контента сайтов («Сеть творческих учителей», ПЕДСОВЕТ, «Учительский портал», «Открытый класс», «Образовательная Галактика Intel®» (Intel® Education Galaxy)), Новатор, «ПроШколу.ру» позволил сделать некоторые выводы. Во-первых, навигация в данных сообществах почти одинаковая, содержит следующие разделы (рубрики):

а) Базу данных сообщества, включающую методические разработки учителей / преподавателей (рабочие программы по предмету или дисциплине; конспекты уроков/занятия по предмету или дисциплине; сценарии внеклассных мероприятий; контрольные и лабораторные работы по предмету / дисциплине; различные тесты по предмету / дисциплине и т. д.); есть предметный каталог материалов.

б) Новостную ленту, где размещается полезная информация о происходящих или предстоящих событиях / мероприятиях данного сообщества (мастер-классах, конкурсах и т. д.)

Во-вторых, каждый участник данного сообщества имеет так называемый личный кабинет/личный профиль, где учитель/преподаватель размещает следующую информацию о себе: ФИО, должность, место работы, по желанию может указать свой

электронный адрес и телефон. В некоторых сообществах есть возможность создать электронное портфолио учителя/преподавателя.

У каждого из перечисленных выше профессиональных сетевых учительских сообществ есть и свои особенности. Например, только «Учительский портал» и «ПЕДСОВЕТ» имеют свои страницы и в социальных сетях.

На портале «ПроШколу.ру» есть раздел «Каталог клубов» (официальные и неофициальные клубы), где учителя/преподаватели могут присоединиться к клубу/сообществу по предмету или по интересам. В разделе «Каталог школ страны» педагоги могут найти своё образовательное учреждение и стать участником данного сообщества. Страница любого клуба/сообщества или школы имеет одинаковую структуру и состоит из следующих разделов: страница клуба/школы, материалы, блог, чат, участники.

На портале «Открытый класс» есть раздел «Профессиональные сообщества»⁴⁵, где учителя/преподаватели могут найти сообщество по своим интересам. Поиск сообщества можно осуществлять по нескольким параметрам:

1) По типу сообщества (постоянно действующее, дневник обучения, сообщество-событие, тестовое сообщество).

2) По предмету (есть перечень всех школьных предметов; есть другие предметы (культурология, педагогика, политология, психология, социология, спецпредмет).

3) По уровню образования (все уровни образования, дошкольное образование; начальное общее образование; основное общее образование; среднее (полное) общее образование; дополнительное образование детей; специальное (коррекционное образование); школы-интернаты, детские дома; начальное профессиональное образование; среднее профессиональное образование; высшее профессиональное образование; дополнительное профессиональное образование; послевузовское профессиональное образование).

4) По субъекту РФ /регион зарубежья (84 региона РФ; Зарубежье Азербайджан; Зарубежье Армения; Зарубежье Белоруссия; Зарубежье Грузия, Зарубежье Казахстан; Зарубежье Киргизия, Зарубежье Таджикистан; Зарубежье Туркменистан; Зарубежье Узбекистан; Зарубежье Украина; другие страны зарубежья).

Ещё есть раздел «Люди»⁴⁶. На данной странице можно найти любого человека, состоящего в профессиональных сообществах «Открытого класса». Поиск можно осуществлять по логину, по фамилии, по профессиональной позиции (учитель начальных классов, учитель-предметник, старший преподаватель, ректор, методист и т. д.).

Помимо этого, на портале «Открытый класс» есть такие ресурсы, которых нет в других выше названных профессиональных сетевых учительских сообществах: «Дистанционное обучение», «Комментарии к материалам», «Все материалы сайта», «Документы МОН» / «Документы Министерства образования и науки Российской Федерации», «Самые читаемые ЦОР», «Самые читаемые блоги». На данном портале

⁴⁵ См. <http://www.openclass.ru/og>.

⁴⁶ См. <http://www.openclass.ru/people>

проводится рейтинг между участниками сообществ за разный период времени: месяц, неделя, день.

На портале «Новатор» есть учёт активности, рейтинги и статус участников. На портале предусмотрены следующие статусы:

- участник портала (зарегистрированный пользователь, возможно, читатель);
- начинающий автор (автор, написавший менее 10 постов и имеющий менее 100 лайков);
- автор портала (признанный сообществом автор);
- эксперт (участник сообщества, имеющий
- высокую активность не только по публикациям, но и по другим проектам портала).

Модель профессиональных сетевых сообществ учителей: структурные компоненты и потенциал использования

Собранный нами эмпирический материал позволил разработать авторскую модель социальной системы профессиональных педагогических сетевых сообществ. На каждом портале есть множество сетевых сообществ, которые функционируют по одним и тем же правилам, отвечают общим задачам повышения качества образования и ориентированы на общую целевую аудиторию – потребителей контента этих сетевых сообществ, что уже претендует на системность.

Первый элемент модели – это пользователи – представители сообщества работников образования. От них идёт запрос на решение проблем усвоения новых профессиональных ролей, адаптируемых под цифровую среду, а также на обсуждение общих методических вопросов, что позволяет нам использовать уже не узкопрофильные профессиональные сетевые сообщества для учителей-предметников, а создавать платформы для педагогических работников в целом. Кроме того, для создания единой системы сетевых сообществ учителей необходимо взаимодействие модераторов, которые на одной площадке смогут создавать единый продукт, который каждый из них впоследствии будет использовать на своей платформе.

Второй элемент – средства социальной регуляции (правила взаимодействия в сообществе, нормы и санкции, транслируемые ценности). Эти элементы могут быть в целом унифицированными, исходя из приоритетов развития образования, реализации федеральных целевых проектов, ценностных ориентиров. Нормы и правила каждого сообщества могут отличаться, поскольку устанавливаются совместно и их соблюдение контролируется модератором.

Третий элемент – практики взаимодействий (формы и механизмы использования информации в сообществе), которые помогают осуществить педагогам ролевую пересборку на этапе перехода к образу «цифрового учителя» (важным является включение в работу сообществ мастер-классов и дискуссий относительно новых ролей педагогов, использующих цифровые сервисы при взаимодействии с учениками и друг с другом). Кроме того, такие взаимодействия позволяют установить профессиональные контакты, обмениваться информацией о мероприятиях, важных событиях профессиональной жизни, развивать методологическую культуру и ощущать чувство сплочённости и солидарности со своим профессиональным сообществом.

Четвёртый элемент – коммуникативные паттерны (модели реализации эмоционального диалога, образцы общения), благодаря которым педагоги осваивают навыки саморепрезентации, в том числе за счёт создания цифрового портфолио.

И, наконец, **пятый элемент – социальные ресурсы** (время пребывания в сети, социальная навигация, контент, социальный капитал). Здесь мы уделяем внимание способам рекрутинга педагогов в профессиональные сетевые сообщества с использованием разных источников, проводим мониторинг активности в сетевых сообществах, запросов от участников на содержание материалов, тематические приоритеты, оцениваем качество нашей работы через опросы.

Заключение

В условиях активного перехода на дистанционный формат работы, цифровизации всей системы образования участие в профессиональных сетевых сообществах становится маркером профессиональной идентичности учителей, хотя нельзя сказать, что это обязательный показатель, поскольку такое участие пока ещё не носит всеобъемлющий и обязательный характер. При этом при добровольном включении в работу этих сообществ учителя получают практики взаимопомощи от значимых коллег, площадку для самопрезентации своего профессионального опыта, оценку этого опыта коллегами – происходит укрепление профессиональной идентичности. При принудительном включении в сетевые сообщества, наоборот, выстраиваются практики противодействия от пассивного участия в них к демонстративному неприятию через снижение значимости для «настоящего педагога» всех онлайн-платформ, включая эти сообщества. Однако, в целом, профессиональные сетевые сообщества на сегодняшний день являются серьёзным ресурсом для выхода из кризиса идентичности педагогов, обусловленного сложными процессами цифровизации и экстенсивным распространением сетевой среды.

Список литературы

Василенко Л. А. Цифровой прорыв: достаточно ли умным в цифровом государстве будет публичное управление и насколько умны элита и граждане / Л. А. Василенко // Цифровая социология. 2021. Т. 4, № 3. С. 6–15.

Короленко Ц. П. Аддикции в культуре отчуждения. Фрагментарная идентичность в зазеркалье постмодернизма: монография / Ц. П. Короленко, Н. В. Дмитриева. Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2013. 434 с.

Обухова Л. А. Профессионализация как социальный процесс / Л. А. Обухова // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т. 4, № 10. С. 35–44.

Пахтусова Н. А. Становление сетевой идентичности личности в условиях виртуальной образовательной среды: методические рекомендации / Н. А. Пахтусова, Н. В. Уварина, А. В. Савченков. Челябинск: ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2019. 121 с.

Пфетцер А. А. Цифровая образовательная среда как новое пространство становления профессиональной идентичности / А. А. Пфетцер // Вестник Кемеровского государственного университета. 2021. Т. 23, № 4 (88). С. 985–994.

Рыбакова С. С. Столкновение традиционных и современных ценностей высшего профессионального образования в контексте развития EDTECH сегмента в России / С. С. Рыбакова, О. И. Марар // Актуальные проблемы профессионального образования: цели, задачи и перспективы развития. Воронеж: «Научная книга», 2019. С. 37–42.



Ускова Елизавета Владимировна
Российский государственный социальный университет,
Москва, Россия.
lishelia@list.ru

БАРЬЕРЫ ДЛЯ КОММУНИКАЦИИ ПОДРОСТКОВ В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация. Цель статьи рассмотреть коммуникацию подростков в цифровом пространстве в контексте постковидной эпохи и условиях глобального санкционного давления. Объектом исследования является барьеры коммуникации подростков в цифровой среде. В статье представлена авторская интерпретация видов коммуникации на основе степени интеграции между социокультурными элементами. В основе классификации лежат идеи Питирима Сорокина о формах интеграции элементов культуры. Статья может быть полезна для социологов и работников социальной сферы как поиск факторов развития цифровой культуры в современном обществе.

Ключевые слова: цифровая коммуникация, цифровая культура, подростковые субкультуры

Uskova Elizaveta V.
Russian State Social University,
Moscow, Russia.
lishelia@list.ru

BARRIERS FOR COMMUNICATION OF TEENAGERS IN THE DIGITAL SPACE

Abstract. The purpose of the article is to consider the communication of adolescents in the digital space in the post-COVID time and in the context of the anti-Russians sanctions pressure. The object of the study is the communication barriers of the adolescents in the digital environment. The article presents the author's interpretation of the types of communication based on the phenomena of integration degree between the sociocultural elements. On the base of Pitirim Sorokin's ideas about the types of culture elements integration. The article may be useful for sociologists and social fields, such as the search for factors in the development of digital culture in individual societies.

Keywords: digital communication, digital culture, teenage subcultures

Динамичный рост плюрализма, смена ключевых каналов коммуникации и глобальные процессы цифровизации влияют на коммуникативное поведение подростковой субкультуры. Стоит вопрос, как отразится период постпандемии и антироссийских санкций на коммуникацию подростков. Перемещение социального взаимодействия подростков в цифровую среду носит фундаментальный характер.

Цифровая среда – это своеобразное «культурное пространство» или пространственный конгломерат, в котором взаимодействуют цифровые персонажи индивидов. Социокультурная конгломерация позволяет интеграцию в подростковой среде различных субкультур. В период глобальной турбулентности появляется множество барьеров для привычной коммуникации и досуговых практик в цифровой среде. Одним из ключевых барьеров в цифровом пространстве является ограничение доступа к социальным сетям и сервисам для развлечений. В постковидный период и в

эпоху тотального цифрового контроля общественностью данные барьеры воспринимаются как «глобальный цифровой концлагерь»⁴⁷.

Коммуникация в цифровой среде в нашей интерпретации понимается как интеграция различных социокультурных элементов. В зависимости от степени интеграции можно выделить несколько типов взаимоотношений в цифровой среде. В основе данной классификации лежит труд Питирима Сорокина о «классификации основных форм интеграции элементов культуры».

Автору представляются следующие типы коммуникации в цифровой среде в зависимости от степени интеграции элементов:

- Пространственная коммуникация – элементы социокультурного взаимодействия связаны между собой культурным пространством, но при этом объединяет их только место. Такое взаимодействие возможно в разных социальных сетях или интернет-порталах, где пользователи никак не связаны друг с другом. Например, пользователи сервисов Пикабу и ВКонтакте никак не связаны между собой, но между ними возможна коммуникация, когда контент становится популярным и появляется в другом «культурном пространстве».
- Косвенная ассоциация – социокультурные элементы связаны между собой единым пространством, но функциональной связи между ними нет. Примером такой коммуникации будет контент похожего содержания разных пользователей социальной сети, но без чёткого взаимодействия между пользователями
- Функциональная – элементы социокультурного взаимодействия связаны между собой не только пространством, но и общим внешним фактором.
- Логико-смысловая – элементы социокультурного взаимодействия образуют некое сообщество, к которому себя причисляют. Такое взаимодействие будет характерно для субкультур и сообществ.

Пространственная коммуникация и коммуникация с признаками косвенной ассоциации способствует глобализации современного социокультурного пространства. Однако в период глобальной турбулентности для этих типов коммуникации в цифровом пространстве появляются серьёзные барьеры. Доступность цифровой среды для подростковой субкультуры становится меньшей. Множество цифровых сервисов поддерживает антироссийские санкции, что ограничивает доступ к цифровой среде, нарушает интеграцию различных цифровых социокультурных пространств, приводит к разрушению привычных паттернов коммуникации подростков. Антироссийские санкции затронули социокультурное пространство гейминг-сообщества, затронуло развлекательное интернет-пространства по потреблению зарубежного контента (онлайн-кинотеатры, агрегаторы музыки), образовательные платформы и интернет-магазины.

Одним из ключевых драйверов коммуникации является процесс глобализации и интеграции. Современный мир окружали диалоги о большом мире и социокультурном

⁴⁷ См. Васильев Н. А. Новый социальный мир. Всевластие сети / Н. А. Васильев // Знание. Понимание. Умение. 2021. № 4. С. 133-146; Елькина Е. Е. Цифровая культура как область междисциплинарных исследований: методологические подходы и тенденции развития // International Journal of Open Information Technologies. 2018. Т. 6. № 12. С. 67-78; Левашов В. К., Гребняк О. В. Актуальные изменения социальных сетей и цифровой среды в период специальной военной операции на Украине // Социальные и гуманитарные знания. 2022. Т. 8. № 2(30). С. 204-213; Сорокин П. А. Социальная и культурная динамика. / Пер. с англ., вступ. ст и коммент. В. В. Сапова. М.: Академический проект, 2020. 988 с.; Список компаний, которые ограничили работу в России. // РБочкаРУ: [сайт]. URL: <https://rb.ru/news/spisok-kompanij-kotorye-ogranichili-rabotu-v-rossii> (дата обращения: 05.09.2022).

объединении. Появление политических, экономических культурных объединений: Евросоюза, Большой двадцатки, СНГ, ЕАЭС способствовали обмену культурного опыта между странами и организации международных конкурсов и спортивных мероприятий. В цифровом пространстве высокая степень интеграции важна для функциональной и логико-смысловой коммуникации. Коммуникация современной подростковой субкультуры в цифровом пространстве была охвачена феноменом популярности «TikTok» или «эпохой челленджей», а также развитием и созданием новых «мемов». Общим знаменателем в цифровой коммуникации является «культурное пространство» и цель – взаимодействие между сверстниками, самореализация, создание или потребление контента. Одним из существенных барьеров является ограничение работы социальных сетей. TikTok частично приостанавливает работу в России из-за новых поправок в российское законодательство. Также запрет использования Instagram (22 марта 2022 года компанию Meta признали экстремистской организацией и запретили в РФ) на территории Российской Федерации.

Существующие барьеры для коммуникации разрушают сформированные культурные стандарты, в соответствии с которыми подросток должен был владеть языками, обладать знаниями о мировых трендах массовой культуры, быть зарегистрированным в различных социальных сетях, активно вести социальные сети. Антироссийские санкции разрушают благоприятный образ страны, что мешает международной коммуникации подростковой субкультуры. Вопрос о влиянии барьеров для коммуникации на формирование подростковой субкультуры остаётся открытым. Как упрощение структур коммуникации современного подростка отразится в дальнейшем будущем?

EDN: WIWVUP



Хечиева Александра Цереновна

Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина
Филиал РАНХиГС,
г. Саратов, Российская Федерация.
atckhechieva@mail.ru

Андрющенко Оксана Владимировна

Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина
Филиал РАНХиГС,
г. Саратов, Российская Федерация.
deskew@yandex.ru

ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ КОММУНИКАЦИИ В ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА: ОПЫТ СОЗДАНИЯ ОБУЧАЮЩЕГО КУРСА В ФОРМАТЕ ЧАТ-БОТА

Аннотация. Данный материал посвящён описанию работы над созданием чат-бота – электронного помощника при написании курсового проекта. В статье подробно описаны все этапы разработки: поиск конструктора для чат-бота, написание сценария бота, написание чек-листов по этапам курсового проекта, предварительное тестирование перед запуском. Также большое внимание уделяется сравнительному анализу платформ-конструкторов. Помимо этого, в статье содержится информация об основных ошибках, допущенных в ходе работы над ботом и способах их устранения.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые коммуникации, проектная деятельность, чат-бот, кадровый аудит, программирование бота

Kechieva Alexandra Ts.

Volga Region Institute of Management named after P. A. Stolypin
RANEPA Branch,
Saratov, Russia.
atckhechieva@mail.ru

Andryushchenko Oksana V.

Candidate of Social Sciences, Associate Professor
Volga Region Institute of Management named after P. A. Stolypin
RANEPA Branch,
Saratov, Russia.
deskew@yandex.ru

DIGITAL COMMUNICATION TOOLS IN UNIVERSITY PROJECT ACTIVITIES: EXPERIENCE IN CREATING A TRAINING COURSE IN THE CHATBOT FORMAT

Abstract. This material is devoted to the description of the work on creating a chatbot – an electronic assistant when writing a course project. The article describes in detail all the stages of development: finding a designer for a chatbot, writing a bot script, writing checklists for the stages of a course project, preliminary testing before launch. Also, much attention is paid to the comparative analysis of design platforms. In addition, the article contains information about the main mistakes made during the work on the bot and ways to eliminate them.

Keywords: digitalization, digital communications, project activity, chatbot, HR audit, bot programming

Цифровые технологии выступают драйверами становления и развития новых рынков, а также обретают важные социальные роли, внося значимый вклад в решение

глобальных проблем. Помимо этого, в современных условиях высокой цифровизации использование технологий стали неотъемлемой частью повседневной жизни каждого человека. По оценкам НИУ ВШЭ, доля пользователей Интернета в России за последнее десятилетие растёт стремительным образом: с 49,3% среди взрослого населения в 2010 году до 89,6% в 2020 году. Также около 77% граждан используют Интернет ежедневно, в том числе для коммуникаций, работы, организации и проведения досуга, приобретения товаров и услуг [Абдрахманова, Васильковский и др., 2022: 6].

В мире, где мобильность и цифровые технологии являются основными и необходимыми составляющими, бизнес не может работать достаточно успешно без использования цифровых технологий. Например, по сравнению с 2010 годом затраты на внедрение и использование товаров и услуг, связанных с цифровыми технологиями, увеличились с 2,5 раза по сравнению с 2020 годом, что отражает широкое распространение технологий в современной реальности организаций [Абдрахманова, Васильковский и др., 2022: 8].

Доля потребителей облачных сервисов по сравнению с 2013 г. выросла в 2,3 раза. Сейчас их услугами пользуются четверть организаций, почти столько же (22,4%) применяют технологии сбора, обработки и анализа больших данных, 13–17% – интернет вещей, геоинформационные системы, цифровые платформы [Абдрахманова, Быховский и др., 2021: 11].

Помимо этого, большую популярность в последнее время набирает использование цифрового ассистента или бота, который может быть очень полезным благодаря способности имитировать общение с живым человеком. Организации чаще всего используют ботов для продвижения собственного бренда, введение социальных сетей или для совершения простых сделок купли/продажи. На сегодняшний день одним из главных преимуществ чат-ботов является простота в использовании и нейтральность – работу можно организовать на любой платформе и настроить на любую целевую группу. Также, несмотря на свою доступность и примитивность, использование ботов имеет достаточно развитый функционал: в зависимости от цели использования бот способен отправлять текстовые сообщения, фото-аудио-видео материал в реальном времени [Вишневецкий, Гохберг, Деменьтьев, 2021: 5].

Развитие цифровых технологий неизбежно ведёт не только к их проникновению в повседневную жизнь людей и бизнес-индустрию, но и всё более широкому использованию в системе образования. Помимо использования цифровых технологий, меняется и сами подходы к обучению студентов и школьников [Дворецкая, Карлов, Кочак и др., 2022: 3]. Так, например, на кафедре управления персоналом в Поволжском институте управления – филиал РАНХиГС – в рамках дисциплины проектной деятельности используется фреймворк EduScrum – адаптация бизнес методологии Scrum к образовательной среде. EduScrum наследует основные артефакты и каденции бизнес-фреймворка: командная работа, спринты, scrum-доски, роли (заказчик, владелец продукта, командные участники, скрам-мастер), командные ретроспективы, демо.

В рамках дисциплины «Управление проектами» (бакалавриат, 4 курс, очная форма обучения), EduScrum используется для проектной работы, итогом которой является создание готового продукта и передача этого проекта последующим курсам. Таким образом, за 2021–2022 год было создано и передано 6 проектов, основные из которых – тест «Кто ты в HR?», страница в социальной сети «ВКонтакте» и «Чат-бот

по кадровому аудиту». В процессе создания и реализации проекта у студентов появлялась возможность развить в себе компетенции проектирования, навыки дизайна, программирования и многое другое, а передача проекта «преемникам» даёт возможность поддерживать функционирование проектов на основе долгосрочной перспективы. Все вышеперечисленные проекты являются действующими на данный момент. Мы предлагаем более подробно остановиться на создании проекта «Чат-бот по кадровому аудиту».

Кадровый аудит – это дисциплина, которая проводится на 3 курсе студентов направления подготовки «Управление персоналом». Логика дисциплины завязана на том, как правильно должна реализовываться кадровая процедура или явление на примере какой-либо конкретной организации [Фотина, 2022: 13]. Итогами данной дисциплины является курсовой проект, содержащий программу аудита выбранной кадровой процедуры/явления. Структура программы аудита сильно отличается от того, что студенты делают на предыдущих курсах, это создаёт значительные трудности в освоении дисциплины. Ситуация усугубляется на заочной форме обучения, где период интенсивного взаимодействия с преподавателем ограничен временем установочных сессий, и студентам приходится большую часть материала осваивать или самостоятельно, или в асинхронном режиме. Перечисленные трудности подтолкнули студентов очной формы обучения создать электронного помощника или чат-бот по кадровому аудиту, который бы облегчил работу над курсовым проектом.

Процесс создания бота по кадровому аудиту начался с поиска платформы, которая должна была удовлетворять несколько главных требований: во-первых – это отсутствие значительных ограничений по количеству пользователей и подключаемых скриптов сценария. Нами были протестированы следующие платформы: BorisBo и AimLodgic⁴⁸. Первым мы тестировали платформу BorisBot. Полностью отсутствовали ограничения по количеству пользователей, что было более чем актуально для нас, так как проект был запланирован на долгосрочную перспективу. Была возможность построить многовекторный сценарий без существенных ограничений на количество символов или кнопок. Поскольку тестирование BorisBot показало, что данная платформа соответствовала изначальным требованиям, пропала необходимость в глубоком тестировании AimLodgic, а наше исследование ограничилось созданием учётной записи и созданием тестового сценария без подключения. По итогу было принято решение остановить свой выбор на платформе BorisBot.

Следующим этапом было написание самого сценария бота. Началом диалога является вопрос о том, приступил ли студент к написанию курсового проекта – этот вопрос по большей части является вводным для запуска сценария. Мы решили разделить сам сценарий на несколько этапов, которые повторяли этапы написания курсового проекта: составление библиографического списка, составление плана содержания, написание введения, написание теоретической части, написание характеристики организации и кадрового состава, написание задач аудита, схемы и составление бланка анкет. У каждой кнопки есть несколько вариантов ответов, и 85%

⁴⁸ Черных Н. О. Топ – 5 лучших конструкторов чат-ботов 2019 // [Видео из YouTube] URL: <https://youtu.be/9AFzifL8uiA> (дата обращения: 02.10.2022).

этих вариантов представляют собой отрицательный или положительный ответ. Сама логика диалога построена на формате теста с правильными и неправильными ответами, которые выражают специфику каждого этапа курсового проекта. Например, при составлении библиографического списка есть определённые нормы оформления разделов: бот присылает вопрос, в котором изначально допущены грубые ошибки в оформлении библиографии с вариантами ответа о наличии или отсутствии ошибки – данная логика соблюдена на всех этапах аудита. Таким образом, если студент отвечает верно, то мы двигаемся дальше по сценарию, если же он допустил ошибку, то бот даёт реакцию об ошибке и показывает правильный ответ. Такая же логика соблюдена в остальных этапах курсового проекта. Завершающим диалогом с ботом на каждом этапе является получение чек-листа по какому-либо этапу аудита. Чек-лист представляет собой свод определённых правил о том, как правильно должен быть оформлен и написан каждый из этапов. Например, чек-лист по составлению схемы аудита содержит в себе памятку по схеме аудита: правильное оформление схемы. Помимо этого, в чек-листе есть информация о методах аудита (самые часто используемые – это анализ документов, интервью с представителем организации или сотрудников кадровой службы и анкетирование сотрудников) на каждом его этапе. Разумеется, каждый из подготовленных чек-листов отражает специфику каждого этапа. Таким образом, использование чек-листа в процессе написания работы или при проверке уже подготовленного материала даст возможность студентам избежать или исправить грубые ошибки в оформлении.

Граф бота (все ветки со сценариями диалогов) был развернут на доске Miro, так как эта платформа имеет возможность разграничить доступ сразу к нескольким пользователям. Когда диалоги были подготовлены, мы приступили к программированию бота и переносу диалогов на платформу. На начальных стадиях программирования проблем не возникло, однако, как выяснилось позже, на бесплатной версии платформы BorisBot есть ограничения: для доступа открыты только 2 скрипта, что существенно осложнило поставленную перед нами задачу. Ввиду того, что сам курсовой проект – это объёмная работа, масштаб диалогов был настолько велик, что визуально это напоминало большое дерево. И если знакомый с диалогом человек может сразу понять, какая ветка относится к тому или иному этапу аудита, то человек, который до этого не сталкивался со сценарием, не сможет сразу разобраться с управлением. Помимо этого, когда сценарий был загружен в бот, мы столкнулись с такой проблемой, что на BorisBot неудобная панель управления: при большом объёме сценария невозможно изменить масштаб просмотра, что не давало возможность увидеть полный вариант всего дерева диалогов. Несмотря на вышеперечисленные недочёты, нами было принято решение остановить свой выбор на этой платформе по причине неограниченного количества пользователей в бесплатной версии. Далее мы перешли к этапу выбора канала (мессенджера), через который и будет осуществляться взаимодействие нашего бота со студентами. Изначально мы рассматривали вариант подключения бота к одному определённому мессенджеру, и самыми актуальными каналами являлись ВК или Telegram. Однако по итогу мы остановили свой выбор на том, чтобы тестовую версию бота запустить в веб-версии, без привязки каналу.

На следующем этапе мы перешли к тестированию бота среди студентов нашего направления подготовки. Само тестирование было решено провести в 2 этапа: очно и дистанционно. Дистанционное тестирование было направлено на предмет выяснения

неполадок в том случае, когда бот используют сразу несколько пользователей в одно и то же время – результаты показали, что при использовании бота свыше 30 человек существенных неполадок при загрузке не возникло. Очное тестирование было направлено на выяснение актуальности и понятности изложенного в боте материала: результаты показали, что некоторые вопросы имели непонятную для студентов формулировку. Также мы выяснили, что использование веб-ссылки через браузер давало такой эффект, что у 5–10 студентов не прогружалась ссылка и, соответственно, бот не давал реакции. Наряду со всеми неполадками нами было принято решение поискать альтернативные виды платформ и подключать бота к определённой мессенджеру.

Помимо уже известных для нас платформ BorisBot и AimyLodgic, мы протестировали следующие пространства для создания чат-ботов⁴⁹.

Таблица 1. Сравнительный анализ платформ для создания чат-бота по кадровому аудиту

Название платформы	Ограничения	Удобство в управлении	Помехи	Каналы для подключения
AimyLodgic	100 пользователей в месяц	Отсутствует возможность увеличить или уменьшить блоки при написании сценария. Однако, есть возможность просмотра обучающих карточек и видео	Не было	1.Telegram* 2.VK 3.WhatsApp 4.Viber*
BorisBot	Отсутствуют ограничения на пользователей, но есть ограничения по скриптам – 2 на бесплатной версии	Долгая загрузка и отсутствие возможности авторизации с нескольких аккаунтов сразу. Помимо этого, отсутствует возможность увеличения и уменьшения масштаба просмотра	Не было	1.Telegram* 2.Slack 3.VK 4.Email
whatpad	Срок хранения сообщений – одни сутки	Отсутствует возможность увеличения или уменьшения масштаба просмотра	Не было	1.WhatsApp
Бот в VK	Отсутствуют ограничения по пользователям, но есть ограничения по количеству отправленных сообщений	Нет возможности выстраивать сложный сценарий, чтобы в зависимости от ответа бот перебрасывал студента на дальнейшие сообщения бота	Не было	1.VK
SmartSender	До 500 пользователей и полный функционал на бесплатной версии	Есть возможность уменьшения и увеличения масштаба просмотра сценария, а также большой функционал бота – помимо текста, можно также добавлять аудио и видео материал	Не было	1.Telegram* 2.VK 3.WhatsApp 4.Viber* 5.Email

* С 1 марта 2023 года на территории России вводится ограничение на использование.

⁴⁹ Полтавцев И. А. Топ – 5 проверенных конструкторов чат-ботов, актуальная информация 2020 // [Видео из YouTube] URL: <https://youtu.be/6Kgv9o9PrV8> (дата обращения: 01.10.2022).

Таким образом, изучив возможности каждой из представленных выше платформ, было принято решение создавать чат-бота на платформе SmartSender. Набор подключаемых каналов, 500 пользователей в канале на бесплатной версии и удобство навигации по скрипту стали решающими факторами выбора. Первым делом мы занялись тщательным изучением данного пространства и разворачиванием диалогов. На бесплатной версии были ограничения по количеству пространств для создания сценария (2 воронки).

Следующим шагом на пути к созданию чат-бота был перенос уже готовых диалогов с доски «Miro» на созданную воронку в SmartSendere. Далее мы столкнулись с ещё одним ограничением бесплатной версии по количеству символов, которые можно забить в диалоги. При превышении лимита программа не даёт опубликовать воронку, и чат-бот не функционирует.

На этом этапе нами было принято решение пересмотреть сценарий и перефразировать некоторые диалоги. После того как мы подготовили воронку для подключения, мы начали подключение бота к определённому каналу (мессенджеру). Канал для подключения выбирали исходя из того, насколько популярным и удобным было бы пользование для студентов. Таким образом, круг был сужен до 2: социальная сеть ВКонтакте и мессенджер Telegram. Ввиду того что мы были уверены в 100% популярности социальной сети ВКонтакте, нами было принято решение реализовывать бота именно тут. Подключение канала к воронке стало самым долгим по времени процессом в создании бота, так как необходимо было делать это в несколько шагов:

1. Создание сообщества для чат-бота.
2. Настройка сообщества для того, чтобы каждый пользователь мог воспользоваться услугами чат-бота.
3. Подключение воронки к сообществу.

На этом этапе мы столкнулись с техническими трудностями: чат-бот никак не реагировал на сообщения пользователя до тех пор, пока в настройках в SmartSendere не был подписан персонально каждый пользователь. Этот вариант нам не подходил, так как модерирование списка участников канала было слишком трудоёмким процессом. Поэтому мы начали искать другие возможные варианты автоматического подключения пользователей. Более детальное изучение платформы дало нам понять, что для нормального функционирования бота без отдельного подключения каждого пользователя необходимо подключать пользователей через виджеты (инструмент Smatsender, создающий ссылки на автоматический запуск скрипта бота), а логика самого бота выглядела следующим образом:

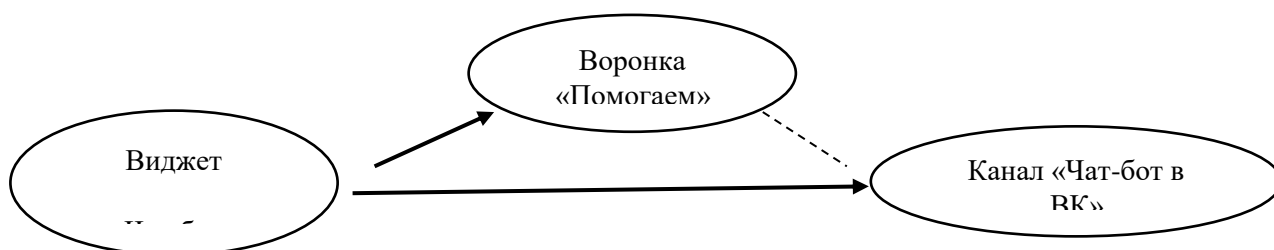


Рис. 1. Логика подключения чат-бота

Как показано на рисунке, мы создали виджет под названием «Чат-бот» и к этому виджету подключили канал и воронку. Произошла синхронизация, и бот реагировал на каждого пользователя, которому была доступна ссылка. На следующем этапе нами был проведён тест уже готового и подключённого бота по кадровому аудиту. Тестирование также проводилось в 2 вида: очное и дистанционное. Результаты очного тестирования показали, что помех при подключении не возникало, а обратная связь от студентов дала понять, что все диалоги понятны. Однако при дистанционном тестировании возникла следующая проблема: если при использовании телефона чат-бот присылал все диалоги так, как «забито» в воронке, то использование компьютера давало либо дублирование сообщений, либо отсутствие какой-либо реакции со стороны бота.

Первоначальная причина данной проблемы: произошла рассинхронизация контента: во время разворачивания диалогов на платформе мы изначально включили только один канал (ВК), однако сама система предполагает, что есть возможность подключения одной и той же воронки к нескольким каналам или виджетам, поэтому в остальных каналах система создала пустые блоки без контента.

Решение проблемы: мы решили менять воронку и развернуть диалоги заново, включив все каналы.

К сожалению, это не помогло. Мы обратились с этой проблемой в службу поддержки и, как оказалось, её в принципе решить невозможно. Какой-либо определённой причины нет, и соответственно, сбои при использовании чат-бота через компьютер исправить невозможно.

Данная ситуация по уже описанным выше причинам нас не устроила, поэтому было решено поменять сам мессенджер, через который чат-бот можно использовать с любого гаджета. Мы остановили свой выбор на Telegram. По описанной логике (см. Рис. 1) мы создали пространство через приложение BotFather и подключили бота. Однако реакция была нулевой – бот не запускался. Для решения этой проблемы нами была создана тестовая воронка «Test», где чат-бот со своей задачей справлялся без помех. Таким образом, мы выяснили, что для нормального функционирования бота необходимо не только подключить канал через виджет, но и включить его при забивке контента в воронку. Данная ситуация имела только одно решение: развернуть диалоги заново с уже включённым каналом мессенджера Telegram. После того как воронка была готова и канал подключён, мы увидели работу бота в том формате, который нас удовлетворил.

Следующим этапом создания бота была загрузка чек-листов. Изначально планировалось загрузить их в блоки как отдельное сообщение, но в процессе их написания выяснилось, что у чек-листов разный объём, а с ограничением по количеству символов загрузить их сообщением невозможно. Поэтому было принято решение разместить их на google-диск и давать ссылку. При тестировании никаких помех не возникло, и мы остановились на этом решении.

На этом этапе готовность чат-бота к использованию можно было оценить на 90%, однако мы решили, что студентам младших курсов было бы полезно узнать, почему возникла идея создания чат-бота и с какими трудностями столкнулись студенты старших курсов. Поэтому мы перешли к описанию личного опыта, в котором

подробно рассказали, как проходила наша работа над курсовым проектом и на каких этапах аудита возникли наибольшие проблемы.

Помимо этого, ввиду специфики некоторых этапов аудита (написание теоретической части и схемы аудита) мы решили, что помимо чек-листов и описания личного опыта, студентам будет полезно:

1. Список рекомендуемой к использованию литературы: ввиду того, что теоретическая часть – одна из самых объёмных частей в курсовом проекте, мы создали перечень сайтов и научных журналов, в которых ежегодно выпускаются актуальные сведения по ИТ-тематике

2. Порядок документов в схеме аудита расположенных в зависимости от их юридической значимости: основным методом аудита, который есть в каждой теме, является «Анализ документов», и из личного опыта мы знаем, что, во-первых, далеко не все студенты знакомы с локальной документацией организаций, а, во-вторых, ранжировать их в зависимости от их юридической силы – задача, которая отнимает большое количество времени. Поэтому нами было принято решение собрать наиболее часто встречаемые документы и составить список от самого значимого к наименее значимому документу.

Эта информация также размещена на google-диске и студентам доступна в качестве ссылки.

На этом этапе нами было решено провести контрольное тестирования бота со следующими целями:

1. Проверить чат-бот на наличие сбоев и ошибок диалогов.
2. Получить от студентов обратную связь с точки зрения понятности и актуальности изложенного материала

Респонденты (13 студентов 4 курса направления подготовки «Управление персоналом») дали положительную реакцию на бот ввиду того, что система не давала сбоев, отсутствовали неполадки при загрузке и подключении, а контент, который присылал бот, не вызывал вопросов. Таким образом, результатами проекта является готовый для использования продукт.

Помимо этого, планируется дальнейшее совершенствование чат-бота по кадровому аудиту: в первую очередь мы рассматриваем разбавление учебного контента путём добавления в диалоги видео-фотоматериала развлекательного характера. Также в наши планы входит написание дополнительного материала к чек-листам по каждому из этапов аудита с реальными примерами на основе личного опыта.

Список литературы

Вишневский К. О. Цифровые технологии в российской экономике / К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг, В. В. Деменьтьев ; под ред. Л. М. Гохберга ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : НИУ ВШЭ, 2021. 116 с.

Измерение перехода школ к цифровой трансформации образования: опыт, трудности, результаты и возможности : докл. к XXIII Ясинской (Апрельской) междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества (Москва, 2022 г.) / И. В. Дворецкая, И. А. Карлов, Э. Кочак, К. Л. Савицкий ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2022. 44 с.

Фотина Л. В. Кадровая политика на государственной службе: учебник для вузов / Л. В. Фотина. М. : Издательство Юрайт, 2022. 362 с.

Цифровая трансформация отраслей: стартовые условия и приоритеты: докл. к XXII Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 13–30 апр. 2021 г. / Рук. авт. кол. П. Б. Рудник ; науч. ред. Л. М. Гохберг, П. Б. Рудник, К. О. Вишнеvский, Т. С. Зинина ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», 2021. 240 с. ISBN 978-5-7598-2270-7 (e-book).

Цифровая трансформация: ожидания и реальность: докл. к XXIII Ясинской (Апрельской) междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 2022 г. / Г. И. Абдрахманова [и др.] ; рук. авт. кол. П. Б. Рудник ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2022. 221 с.



Шубко Ксения Сергеевна
Московский государственный
технический университет имени Н. Э. Баумана,
Москва, Россия.
kshubko@yandex.ru

КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ БУДУЩЕГО ИНЖЕНЕРА: СУЩНОСТЬ И ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ

Аннотация. Объектом исследования являются коммуникативные компетентности студентов. Основным источником эмпирических данных стал онлайн-опрос, проводимый в социальной сети «ВКонтакте» среди студентов МГТУ им. Н. Э. Баумана. Предметом исследования является уровень освоения студентами технического вуза коммуникативных компетентностей, а также способы их формирования.

Ключевые слова: компетентность, коммуникация, инженер, образовательный процесс

Shubko Ksenia S.
Bauman Moscow State
Technical University,
Moscow, Russia.
kshubko@yandex.ru

COMMUNICATIVE COMPETENCIES OF TECHNICAL UNIVERSITY STUDENTS

Abstract. The object of the study is the communicative competence of students. The main source of empirical data was an online survey conducted on the VKontakte social network among students of Bauman Moscow State Technical University. The subject of the study is the level of development of communicative competencies by students of a technical university, as well as ways of their formation.

Keywords: competence, communication, engineer, educational process

Научно-технический прогресс внёс ощутимый вклад в развитие всех сфер жизнедеятельности современного общества. Именно инновации во всех областях человеческой жизни обеспечивают повышение эффективности всех социокультурных процессов, подталкивая наше общество к развитию. Можно заметить, что в современном мире стремительно возрастает роль информационных технологий, которые предлагают нам новые возможности.

В современном информационном обществе значительно возрастает роль инженерии и инженерной деятельности. В связи с этим появляется проблема качества подготовки и компетентности будущих инженеров. Анализ большого количества исследовательских работ убеждает нас в том, что одной из важнейших характеристик, которой должен обладать молодой специалист, является коммуникативная компетентность [Сунцова, 2009: 9]. Это связано с тем, что выпускник в своей дальнейшей профессиональной деятельности выступает в роли субъекта общения: он должен уметь общаться с людьми и черпать полезную информацию, предлагать и продвигать свои идеи, отстаивать свою позицию, уметь разрешать рабочие конфликты и т. д.

Коммуникация – акт общения, связь между двумя и более индивидами, основанная на взаимопонимании и доверии, сообщение информации одним лицом другому или ряду лиц. Что касается коммуникативной компетентности, то это способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми [Петровская, 1989: 112]. Реализация структурных компонентов коммуникативной компетентности определяет эффективность коммуникативной деятельности личности, её общую способность к коммуникации. Формирование коммуникативной компетентности в современном мире является актуальной проблемой, решение которой имеет важное значение как для личности, так и для общества в целом.

Какими же способами происходит формирование коммуникативной компетентности у студентов технических вузов? Прежде всего, в учебном заведении студент активно общается с преподавателями и другими студентами. Именно коммуникативная компетентность помогает студентам научиться выстраивать взаимоотношения с людьми. Также коммуникативная компетентность формируется в процессе изучения гуманитарных дисциплин, которые также присутствуют в учебных заведениях с технической направленностью. Обсуждение различных проблем в процессе формального общения является составляющим компонентом высшего образования и способом формирования коммуникативной компетентности.

Так, для эмпирического исследования коммуникативных компетентностей студентов технического вуза нами был использован, в первую очередь, метод анкетирования, то есть метод сбора информации с помощью специально разработанных анкет (опросников). Для проведения исследования была разработана анкета, состоящая из 17 закрытых и полуоткрытых вопросов. Метод сбора данных: рассылка анкеты в социальных сетях студентам МГТУ им. Баумана.

На основе полученных данных мы пришли к следующим выводам:

- Уровень коммуникативной компетентности студентов технических специальностей находится на среднем уровне, ввиду ограниченного объёма гуманитарных дисциплин, а также полного отсутствия дисциплин, направленных на формирование коммуникативной компетентности.
- Опираясь на то, что у большинства студентов, обучающихся на технических специальностях, в учебном плане отсутствуют предметы, связанные с коммуникацией, можно предположить, что определённую базу коммуникативных навыков им удалось приобрести благодаря родителям, в школе, а также самостоятельно.

Таким образом, результаты исследования говорят о необходимости введения таких дисциплин для всех специальностей, чтобы студенты могли успешно развивать и применять в жизни полученные ранее коммуникативные умения.

Основными источниками приобретения коммуникативной компетентности являются: знание языков, форм и стилей общения, выработка навыков общения в деловой и повседневной обстановке, повышение общей эрудиции [Адамьянц, 2020: 96]. На основе всех этих компонентов формируется сложный комплекс коммуникативных знаний, умений и навыков, составляющих коммуникативную компетентность личности. Также для формирования коммуникативной

компетентности специалисты выделяют следующие наиболее эффективные методы: социально-психологический тренинг, игровые методы, спецкурсы и др. На наш взгляд, необходимо в большем объёме проводить мероприятия, которые помогут студентам развить и раскрыть свои коммуникативные способности.

Способы формирования коммуникативной компетентности, которые уже есть в высшем образовании, необходимо поддерживать и развивать. Чтобы помочь преподавателям и студентам, нужно обеспечить следующие условия: создание коммуникативного пространства, введение соответствующих программ предметов гуманитарного направления, комплексное развитие коммуникативных навыков.

Список литературы

Адамьянц Т. З. Социальные коммуникации: учебник для вузов / Т. З. Адамьянц ; 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2020. 200 с.

Петровская Л. А. Компетентность в общении. Социально-психологический тренинг / Л. А. Петровская. М. : Изд-во Моск. ун-та, 1989. 216 с.

Сунцова Е.Н. Техническая коммуникация как необходимый компонент образовательных программ российских инженерных вузов / Е. Н. Сунцова // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2009. № 84. С. 9–13.

[EDN: WRDQVD](#)



Шубко Ксения Сергеевна
Московский государственный
технический университет имени Н. Э. Баумана,
Москва, Россия.
kshubko@yandex.ru

ОЦЕНКА УРОВНЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ И КОММУНИКАТИВНЫХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА

Аннотация. Объектом исследования являются информационные и коммуникативные компетентности студентов. Основным источником эмпирических данных стал онлайн-опрос, проводимый в социальной сети «ВКонтакте» среди студентов МГТУ им. Н. Э. Баумана. Предметом исследования является уровень освоения студентами технического вуза информационных и коммуникативных компетентностей.

Ключевые слова: компетентность, коммуникация, информация, образовательный процесс

Shubko Ksenia S.
Bauman Moscow State
Technical University,
Moscow, Russia.
kshubko@yandex.ru

ASSESSMENT OF THE LEVEL OF INFORMATION AND COMMUNICATION COMPETENCIES OF TECHNICAL UNIVERSITY STUDENTS

Abstract. The object of the research is the information and communicative competencies of students. The main source of empirical data was an online survey conducted on the VKontakte social network among students of Bauman Moscow State Technical University. The subject of the study is the level of mastering information and communication competencies by students of a technical university.

Keywords: competence, communication, information, educational process

Научно-технический прогресс внёс ощутимый вклад в развитие всех сфер жизнедеятельности современного общества. Именно инновации во всех областях человеческой жизни обеспечивают повышение эффективности всех социокультурных процессов, подталкивая наше общество к развитию. Можно заметить, что в современном мире стремительно возрастает роль информационных технологий, которые предлагают нам новые возможности.

Безусловно, цифровизация общества значительно облегчает жизнь каждого из нас. В настоящее время все сферы жизнедеятельности общества тем или иным образом взаимодействуют с инновационными технологиями, однако не каждый человек обладает информационной компетентностью, необходимыми навыками и знаниями в данной области. Именно информационная компетентность позволяет индивиду самостоятельно осуществлять поиск и обработку различной информации, использовать компьютерные технологии и извлекать из этого максимальную пользу, экономя при этом время. Отметим, что для получения всех этих знаний и навыков в информационном обществе необходимо обладать и коммуникативной

компетентностью, то есть готовностью отдавать и получать в ходе диалога необходимую информацию.

В современном мире информация и технологии – одни из главных составляющих нашей с вами жизни. Владение навыками в этих областях – важное условие включения населения в мировое цифровое пространство. В современном мире уже сложилась новая «информационная» среда обитания людей, и в этой среде каждому необходимо найти своё место, что невозможно без информационных и коммуникативных компетентностей [Хуторской, 2003: 58]. Именно они позволяют максимально адаптироваться и развиваться в условиях информационного общества. Человек, живущий в наше время, обязан работать над формированием и совершенствованием данных компетентностей, иначе он не сможет в полной мере осуществить и реализовать себя как в профессиональной деятельности, так и в повседневной жизни.

Информационная компетентность включает в себя разнообразие навыков и умений из области информационных технологий, развитие интеллектуальных способностей, умение самостоятельно находить и отбирать информацию, а также систематизировать и анализировать её [Паршукова, 2006: 50]. Информационная компетентность является одной из важных составляющих успешной социализации личности в современном обществе. И если студент обладает информационной компетентностью, он способен находить, хранить, применять и обрабатывать информацию для последующей работы с ней, а также умеет работать с разнообразными информационными технологиями. В современном мире информация, технологические процессы – одна из главных составляющих профессиональной жизни будущих специалистов. Владение компьютерными технологиями, формирование информационной компетентности – важное условие включения студентов в мировое цифровое пространство. Требования к будущим специалистам постоянно растут, поскольку усиливается компьютеризация и информатизация всех общественных процессов. Эти требования, затрагивающие вопрос информационной компетентности, достаточно высоки, следовательно, студент, обладающий навыками грамотной работы с информационными технологиями, будет достаточно востребован и ценен на рынке труда.

Что касается коммуникативной компетентности, то это способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми [Петровская, 1989: 112]. Реализация структурных компонентов коммуникативной компетентности определяет эффективность коммуникативной деятельности личности, её общую способность к коммуникации. Формирование коммуникативной компетентности в современном мире является актуальной проблемой, решение которой имеет важное значение как для личности, так и для общества в целом.

Так, для эмпирического исследования информационных и коммуникативных компетентностей студентов технического вуза в первую очередь, нами был использован метод анкетирования, то есть метод сбора информации с помощью специально разработанных анкет (опросников). Для проведения исследования была разработана анкета, состоящая из 17 закрытых и полуоткрытых вопросов. Метод сбора данных: рассылка анкеты в социальных сетях студентам МГТУ им. Баумана. Большая часть вопросов давала возможность получить данные о том, с помощью каких

устройств студенты выходят в Интернет, каким образом, какую информацию и для чего находят в этой огромной сети. Кроме того, в анкете присутствовали вопросы о прохождении различных курсов для получения новых знаний в информационной и коммуникативной сферах, об уровне образования будущего специалиста и о сфере его занятости. Второй блок вопросов уделён формированию и развитию коммуникативной компетентности.

На основе полученных данных мы пришли к следующим выводам:

- Уровень освоения компетентностей, действительно, зависит от изучаемой учебной программы, количества и качества лично приобретённых навыков и материальных возможностей, которые, например, дают возможность посещать те или иные курсы и конференции для более полного раскрытия и получения информационных и коммуникативных навыков, если студенту недостаточно этого в учебном заведении.

- Уровень информационной компетентности студентов технических специальностей достаточно высок, у студентов социально-гуманитарного факультета – низок. Это связано с наличием специальных дисциплин и количеством часов, которые выделяются учебными планами конкретной специальности для их освоения.

- Коммуникативные навыки студентов гуманитарного направления и факультета ИУ находятся на более высоком уровне, по сравнению со студентами инженерно-технических специальностей, поскольку в их программе предусмотрены предметы, формирующие данные навыки. Однако большинство студентов практически не испытывает никакой неловкости и смущения в ходе контакта с другим человеком.

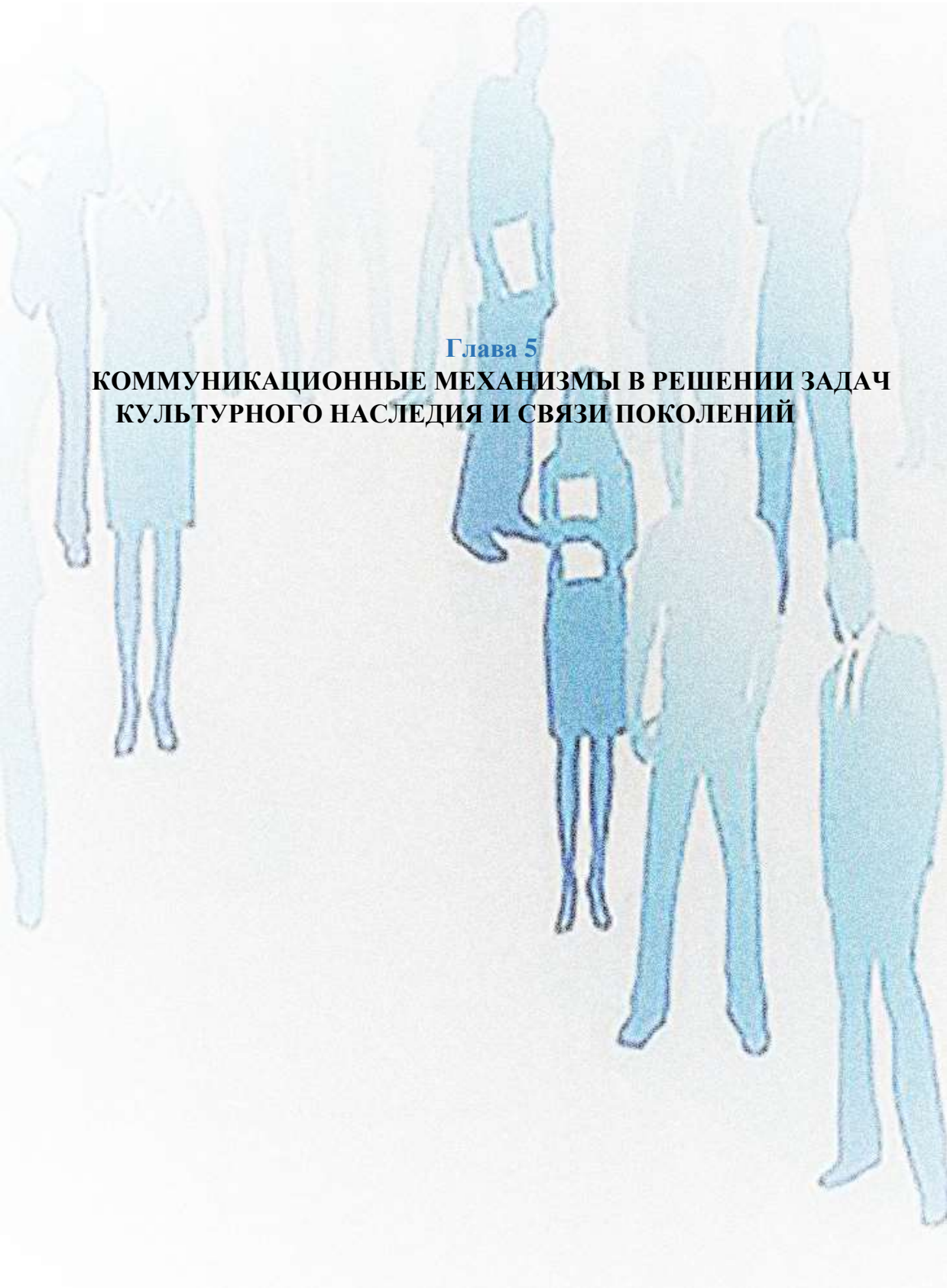
- Самообразование наравне с образованием в учебных заведениях способствует формированию и развитию информационных и коммуникативных компетентностей, необходимых для продуктивной деятельности будущего специалиста.

Список литературы

Паршукова Г. Б. Информационная компетентность личности. Диагностика и формирование: монография / Г. Б. Паршукова; НГТУ. Новосибирск : НГТУ, 2006. 253 с.

Петровская Л. А. Компетентность в общении. Социально-психологический тренинг / Л. А. Петровская. М. : Изд-во Моск. ун-та, 1989. 216 с.

Хуторской А. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования / А. Хуторской // Народное образование. 2003. № 2. С. 58–64.



Глава 5
КОММУНИКАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ
КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ И СВЯЗИ ПОКОЛЕНИЙ

[EDN: WRJYVD](#)



Ануфриева Евгения Владимировна

Волгоградский государственный технический университет
Волгоград, Россия.
ev_anufrieva@mail.ru

Овчар Надежда Андреевна

Волгоградский государственный технический университет
Волгоград, Россия.
onadindr@mail.ru

«ОТЦЫ» И «ДЕДЫ» ГЛАЗАМИ СОВРЕМЕННЫХ СТУДЕНТОВ (ПО МАТЕРИАЛАМ ПРИКЛАДНОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

Аннотация. Российское общество социологов провело исследование среди молодёжи государств СНГ в связи с тем, что 2022 год объявлен годом народного творчества и культурного наследия. Главная задача исследования – выработка рекомендаций по совершенствованию культурной политики государств СНГ. Всего опросом было охвачено более 10 000 человек, как в России, так и в странах СНГ. В статье пойдет речь о части результатов исследования, полученных в Волгоградском государственном техническом университете (ВолгГТУ). Данные опроса заставляют серьезно задуматься о том, как студенты видят поколение своих родителей и поколение бабушек/дедушек. В статье в центре внимания представление о взглядах студентов ВолгГТУ на поколения своих родителей и бабушек/дедушек в вопросах отношения к народной культуре, сохранения родственных связей и др. Показано, насколько близки или далеки, по мнению студентов, между собой поколения их близких родственников.

Ключевые слова: ВолгГТУ, студенты, поколения, культура, народная культура

Anufrieva Evgenia V.

Volgograd State Technical University
Volgograd, Russia.
ev_anufrieva@mail.ru

Ovchar Nadezhda A.

Volgograd State Technical University
Volgograd, Russia.
onadindr@mail.ru

«FATHERS» AND «GRANDFATHERS» THROUGH THE EYES OF MODERN STUDENTS (BASED ON APPLIED SOCIOLOGICAL RESEARCH)

Abstract. The Russian Society of Sociologists conducted a study among the youth of the CIS states due to the fact that 2022 is declared the year of folk art and cultural heritage. The main task of the study is to develop recommendations for improving the cultural policy of the CIS states. In total, the survey covered more than 10,000 people both in Russia and in the CIS countries. Our article will discuss part of the research results obtained at the Volgograd State Technical University (VolgSTU). The survey data makes you seriously think about how students see the generation of their parents and the generation of grandparents. In this article, the focus is on the views of students of the Volga State Technical University on the generation of their parents and the generation of their grandparents on the attitude to folk culture, the preservation of family ties, etc. It shows how close or distant, according to students, generations of their close relatives are among themselves.

Keywords: VolgSTU, students, generations, culture, folk culture

Вопрос о поколениях и об их отношениях часто оказывается в центре внимания исследователей. В последние годы поколение молодёжи XXI века особенно часто привлекает внимание социологов, психологов, педагогов [Отцы и дети, 2005; Пэлфри,

2011; Интернет и дети, 2013; Социальное поведение молодёжи..., 2015, Радаев, 2019]. При этом само понятие «поколение» остаётся интересным и дискуссионным. Например, Семёнова пишет: «поколение – термин многозначный, обозначающий разные аспекты возрастной структуры и истории общества при исследовании возрастной стратификации общества. Преобладают четыре разных его понимания: 1) биологическое, как форм одного организма, различающихся по строению, образу жизни, способу размножения, сменяющихся в процессе его жизненного цикла; 2) генеалогическое, как группы особей, одинаково отдалённой от общих предков; 3) демографическое, как родившихся на протяжении одного года (когорты) и составляющих возрастную структуру населения; 4) историко-культурное – как понятия, имеющего скорее символический смысл, характеризующего участников одного события или современников важных исторических событий, людей с общими ориентациями или настроениями» [Семёнова, 2003: 213]. Мы также обращались в своих работах к тому, как и что интересует студенческую молодёжь, нынешнее поколение правнуков тех, кто воевал в Великой Отечественной войне [Ануфриева, 2015, Дулина, 2016]. Как видим, исследователи обращают внимание на социальные и демографические, возрастные характеристики поколений, на то, как и чем отличается и характеризуется нынешнее поколение молодёжи от предыдущих поколений. В свете этого нам представляется интересным посмотреть, как поколение молодёжи видит поколение своих родителей и поколение своих бабушек и дедушек.

В нашей работе пойдёт речь о части результатов исследования, полученных в Волгоградском государственном техническом университете.

В рамках исследования РОС было опрошено в ВолГТУ 248 человек, в том числе девушек – 117, юношей – 131. Из них 94 человека в возрасте 18 лет, 187 человек обучаются по техническому профилю. На вопрос о национальности ответили 220 человек, из ответивших большинство – русские (195), затем азербайджанцы – 5 человек, татары и украинцы поровну по 4 человека и представители других национальностей.

Следует отметить, что в анкете было предложено опрашиваемым ответить, что они думают и делают сами по сути заданного вопроса, а затем, высказать своё мнение по этому же вопросу о своих родителях «маме, папе» и своих «бабушке, дедушке». Мы остановимся на том, как ответили студенты ВолГТУ именно о двух последних группах, то есть о поколении «отцов» и «дедов».

Из всего перечня вопросов, заданных участникам исследования, мы остановились на вопросах о проявлении отношения к народной культуре, об интересе семьи к истории, о том, как поддерживаются в семье родственные связи и о положительных/отрицательных качествах разных поколений.

Отвечая на вопрос о том, «Каким образом проявляется отношение в Вашей семье к народной культуре?», – по мнению студентов, поколения родителей и «дедов» близки в том, что учат и пользуются родным языком в повседневности – 78,7% «отцы» и 79,6% «деды», а также в том, что читают литературу на родном языке 73,5% и 76,0%, соответственно.

Различия в представлении о поколениях становятся видны в ответах на следующие вопросы (*об отношении к народной культуре*). По мнению студентов-политехников, поколение «отцов» уступает поколению «дедов» в уважении и

соблюдении народных обычаев (59,6% против 85,1% соответственно), в знании и исполнении народных песен (36,5% против 68,8%), в том, что слушают национальную музыку (40,4% против 54,8%) и собирают библиотеку на родном языке (38,7% против 62%).

По нашему мнению, такое расхождение в оценке отношения поколения «отцов» и «дедов» к народной культуре находится в некотором противоречии с ответами, данными на вопрос: «Насколько Ваша семья интересуется историей?», – а именно: «знают историю города, села, где живут» 85% «отцы» против 90,4% «деды»; «хранят фотографии прадедушек / прабабушек» 87,6% против 89,4%; «знают девичьи фамилии бабушек» 82,9% против 82,6%, «смотрят документальные исторические фильмы» 74,8% против 75,7%, «интересуются историей страны, в которой родились» 70,9% против 70,2%. Как видно из ответов, в основном они касаются знания истории своей малой Родины и истории своей семьи поколением «дедов» больше, чем поколением «отцов». Расхождение во взглядах на интерес к истории поколений «отцов» и «дедов», проявляется, например, в том, что первые чаще посещают музеи, 47,5% против 32,1%. Это может быть объяснено тем, что в силу возраста бабушки/дедушки не ходят в музеи, или у них нет такой возможности, поскольку заняты более значимыми для них делами. В то же время поколение «дедов», по мнению студентов, больше читает краеведческую литературу (28%), хранит письма родственников (71,1%), использует в своей речи народные пословицы, поговорки (80,7%).

В ответе на вопрос: «Каким образом поддерживаются родственные связи в Вашей семье?» студенты единодушны в том, что и родители, и бабушки / дедушки «поздравляют своих родных и близких со всеми праздниками», «пишут письма друг другу, созваниваются», «участвуют в похоронах родственников», «сохраняют близкие отношения с двоюродными родственниками», «помогают родным деньгами, материально» (разница в ответах составляет меньше 1%). Некоторые расхождения есть в ответах о помощи родным выполнением нужной работы в пользу родителей, 85,3% против 77, 8%, что, с одной стороны, объясняется тем, что родители моложе своих родителей и старше своих детей, поэтому имеют больше возможностей оказать эту помощь. Хотя, с другой стороны, справедливости ради стоит отметить готовность и способность оказать помощь поколением «дедов». По мнению студентов, родители сохраняют близкие отношения с двоюродными родственниками, что вполне традиционно для нашего общества, поскольку большие семьи раньше были более частым явлением, чем сегодня.

Не менее интересны характеристики положительных качеств различных поколений, данные студентами. Говоря о поколении «отцов», они отмечают – трудолюбие в 87,7% случаев, ответственность – 83,9%, самодисциплину – 80,3%, отзывчивость 79,2% и добросовестность – 79,1%. В характеристиках поколения «дедов» лидирует патриотизм – 95%, затем ответственность – 93%, трудолюбие – 91,6%, добросовестность – 90,9%, верность – 90,4% и доброта – 90,2%. Если говорить о патриотизме поколения «отцов» (76,3%), то он уступает почти на 20% патриотизму «дедов», как и коллективизм: 71,3% против 85,6%. Такая характеристика собственных родителей детьми заставляет о многом задуматься. Возможно, есть некоторая взаимосвязь и в совпадении характеристики поколения «отцов», уступающих «дедам»

в верности (77%) и доброте (78,2%). По мнению студентов, поколение «дедов» очень доверчиво (78,6%) и не отличается гибкостью (46,1%) и способностью к адаптации (44,7%). Хотя последняя позиция, возможно, по-разному интерпретирует понятие «способность к адаптации». Возможно, студенты не учитывали культурно-исторический контекст, когда давали ответы и характеристики своим «дедам», и отвечая на этот вопрос, имели ввиду адаптацию старшего поколения к современным реалиям, а не способность к адаптации в послевоенное время, к которому принадлежит это поколение.

В целом поколение дедушек/бабушек выглядит более положительным, по мнению студентов, в таких важных для каждого человека качествах, как взаимопомощь, сопереживание, щедрость, отзывчивость и самодисциплина.

Характеризуя отрицательные качества различных поколений, студенты не стеснялись, говоря об «отцах». Например, лидирующими оказались зависть (54%), агрессивность (52,4%), скупость (49,7%), стремление к выгоде любой ценой (48,5%). Для поколения «дедов» студенты выбрали следующие характеристики: наивность (58,2%), чрезмерную открытость миру, людям (57,7%), злопамятность (51,8%), упрямство и неподатливость (46,9%). Если в характеристиках поколения бабушек/дедушек больше встречаются черты, психологически присущие представителям возрастной группы 60–70 летних, то в характеристике поколения «отцов» явно присутствуют социальные черты. И в первом, и во втором случаях имеет место субъективный опыт и знания студентов, которыми они поделились.

Подводя некоторые итоги вышесказанному, следует отметить, что ситуация, обнаруживаемая по итогам анализа данных, полученных в ходе опроса студентов ВолгГТУ, вполне объяснима изменениями, которые происходят в социальных и культурных отношениях, складывающихся в российском обществе в последние десятилетия. Это изменения, связанные со становлением российского государства после распада СССР, складыванием, особенно в городах, постиндустриальной культуры, изменениями в структуре занятости населения, стремительное развитие сети Интернет, влияние периода пандемии, – все эти и многие другие процессы провели некий водораздел/границу между поколениями «отцов» и «дедов», что, по нашему мнению, и видят студенты, и говорят об этом.

Список литературы

Ануфриева Е. В. Студенческий патриотический Форум «Правнуки Победы»: от осознания проблемы до реализации замысла / Е. В. Ануфриева, Н. В. Дулина, Р. М. Петрунева // Социально-гуманитарный вестник Прикаспия. 2015. № 1 (2). С. 68–73.

Дулина Н. В. Киберсоциализация молодёжи и воспитание личности в эпоху глобализации / Н. В. Дулина, Е. В. Ануфриева // *Primo Aspectu*. 2016. № 1 (25). С. 73–77.

Интернет и дети: социальное поведение молодых россиян в Интернете: монография. Самара : Изд-во Самарского гос. экон. ун-та, 2013. 140 с.

Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю. Левада, Т. Шанин. М. : Новое литературное обозрение, 2005. 328 с.

Пэлффри Дж. Дети цифровой эры / Дж. Пэлффри, Урс Гассер ; пер. с англ. Н. Яцюк. М. : Эксмо, 2011. 368 с.

Семёнова В. В. Современные концептуальные и эмпирические подходы к понятию «поколение» / В. В. Семёнова // Россия реформирующаяся: Ежегодник–2003 / Под ред. Л. М. Дробижевой. М. : Институт социологии РАН, 2003. С. 213–237.

Социальное поведение молодёжи в Интернете: новые тренды в эпоху глобализации : материалы Междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых учёных, 15–16 окт. 2015 г. / Редкол. : Г. Р. Хасаев, С. И. Ашмарина, Э. П. Печерская (отв. ред.) [и др.] ; Самар. гос. экон. ун-т. Самара : Самар. гос. экон. ун-т., 2015. 418 с.

Радаев В. Миллениалы: Как меняется российское общество / В. В. Радаев ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. 224 с.



Валиахметов Рим Марсович

Уфимский университет науки и технологий,
Уфа, Россия.

rim_m_sifat@inbox.ru

Гайфуллин Андрей Юрьевич

Уфимский университет науки и технологий,
Уфа, Россия.

gayfullin_a@mail.ru

Вахитов Рустем Ринатович

Уфимский университет науки и технологий,
Уфа, Россия.

rust_r_vahitov@mail.ru

КУЛЬТУРНАЯ ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ ПОКОЛЕНИЙ В ОЦЕНКАХ И ВЗГЛЯДАХ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

Аннотация. В статье рассматривается отношение студенческой молодёжи к народной культуре в Республике Башкортостан. Объектом исследования являются студенты высших и средних специальных образовательных организаций Республики Башкортостан в возрасте 16–35 лет, включая магистрантов и аспирантов.

Ключевые слова: культурная преемственность, поколения, студенческая молодёжь, Башкортостан

Valiakhmetov Rim M.

Ufa University of Science and Technology,
Ufa, Russia.

rim_m_sifat@inbox.ru

Gayfullin Andrey Yu.

Ufa University of Science and Technology,
Ufa, Russia.

gayfullin_a@mail.ru

Vakhitov Rustem R.

Ufa University of Science and Technology,
Ufa, Russia.

rust_r_vahitov@mail.ru

CULTURAL CONTINUITY OF GENERATIONS IN THE ASSESSMENTS AND VIEWS OF THE STUDENT YOUTH OF THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN

Abstract. The article deals with the attitude of student youth to folk culture in the Republic of Bashkortostan. The object of the study is students of higher and secondary special educational organizations of the Republic of Bashkortostan aged 16–35 years, including undergraduates and graduate students.

Keywords: cultural preesmitry, Generation, student youth, Bashkortostan

В статье рассматривается отношение студенческой молодёжи к народной культуре в Республике Башкортостан. Объектом исследования являются студенты высших и средних специальных образовательных организаций Республики Башкортостан в возрасте 16–35 лет, включая магистрантов и аспирантов.

Цель исследования – оценить отношение студенческой молодёжи к народной культуре, историческим традициям, обычаям и обрядам, выявить культурную

преемственность между поколениями (детьми, родителями, бабушками и дедушками) в современных условиях. Предмет исследования – отношение молодёжи к народной культуре и культурная преемственность между поколениями. Гипотеза исследования: чем старше поколение, тем в большей степени оно стремится сохранять и поддерживать народную культуру и обеспечивать межкультурную связь между поколениями.

Для получения результатов исследования были использованы данные социологического опроса студенческой молодёжи, проведённого в 2022 году Российским обществом социологов на территории разных регионов России, в том числе в Республике Башкортостан.

Введение

В нашей стране молодое поколение граждан всегда было и остаётся наиболее инициативной и мобильной частью социума и превращается в локомотив социальных перемен [Тишков, 2017: 81–87]. Молодёжь является особой социально-демографической группой в обществе, во многом определяющей современное состояние и, в наибольшей степени, будущее социально-экономического, общественно-политического и духовно-культурного развития любого общества [Гайфуллин, 2022: 128–142].

Молодёжь наследует достигнутый уровень развития страны и формирует в себе образ будущего, несёт функцию социального воспроизводства, преемственности развития общества. Культура является тем важным связующим звеном, которое объединяет, соединяет граждан Российской Федерации [Содержательные основы..., 2021: 288].

Важным вопросом в современном обществе является обеспечение культурной преемственности между поколениями, между старшим поколением (родителями, дедушками, бабушками) и молодёжью. Большое значение обеспечение культурной преемственности играет в формировании общегражданской идентичности и сохранении национальной общности.

Обзор литературы.

В общефилософском энциклопедическом словаре культура определяется как «универсум искусственных объектов (идеальных и материальных предметов; объективированных действий и отношений), созданный человечеством в процессе освоения природы и обладающий структурными, функциональными и динамическими закономерностями (общими и специальными)» [Философия. Энциклопедический словарь, 2004: 1072]. В этом общем смысле культура представляет собой совокупность материальных и духовных ценностей, создаваемых человеческими сообществами (от небольших социальных групп до человечества в целом) в ходе его исторического развития, а также отдельными людьми, наделёнными соответствующими талантами и умениями. Как замечал В. М. Межуев, «слово «культура» как самостоятельная лексическая единица формируется в прямой оппозиции к слову «натура» (природа)» [Межуев, 1977: 19].

Человек живёт внутри культуры, обретая возможности, которые намного превышают те, что дала ему природа. Человек как природное существо не предназначен для того, чтобы жить на Крайнем Севере (антропологи утверждают, что «прародина», из которой распространилось человечество, – экваториальная Африка), но благодаря одежде, умению строить дома человек научился выживать и в Арктике; человек не умеет летать, поскольку лишён крыльев, но благодаря тому, что он изобрёл воздушные шары, дельтапланы, самолёты, он путешествует по небу. Человек имеет минимум инстинктов, его поведение определяется не биологическими, а культурными программами, которые он получает от представителей старшего поколения, «воспитателей» и которые он может совершенствовать и трансформировать, поскольку человек – существо разумное и творческое.

Человеческие сообщества включают в себя разные поколения людей, и представители младших поколений воспитываются представителями старших, получают от них необходимые для жизни навыки – от прямохождения и речи, до умения обращаться с орудиями труда, грамотности, сведений из области наук, искусств, религии и т. д. При этом самое понятие «поколение» чрезвычайно многогранно. Трудности при его определении заключаются прежде всего в междисциплинарной разобщённости и отсутствии единого понятийного аппарата [Дробышева, 2019].

Преемственность поколений – это не только преемственность форм и содержания, но и преемственность оценок и ценностей, норм поведения [Гайфуллин, 2016: 24–31]. Социология под преемственностью поколений понимает сложный процесс передачи, усвоения, сохранения и применения материальных и духовных ценностей, норм и правил, традиций и обычаев, инструментальной информации и опыта разных поколений, взаимодействующих друг с другом [Абдушукурова, 2021: 83–85].

Проблема преемственности поколений носит сложный и многомерный характер. При этом, с одной стороны, без исторической преемственности нет культуры, а с другой стороны, отсутствие изменений в культуре привело бы к стагнации, а вслед за ней и к упадку [Содержательные основы ..., 2021: 288]. Каждое поколение не удовлетворено тем, что ему передают предшествующие генерации людей, и выстраивает поколенческий механизм селекции (отбора) того, что представляется ему особенно актуальным в меняющихся экономических, социальных, политических и культурных условиях развития социума [Абдушукурова, 2021: 83–85].

Значение культуры состоит в том, как переданное нам прошлое формирует наши представления о мире и способе поведения. Человек как социальная личность является творцом культуры, поскольку она – продукт накапливающихся, постепенно изменяющихся, но одновременно сохраняющих свою преемственность исторических обусловленностей.

Методология исследования.

Философское и антропологическое обоснования являются необходимыми, но не достаточными для изучения и анализа культурной преемственности между поколениями в современных условиях. Эту методическую проблему можно решить, обратившись к социологическому методу исследования, в данном случае к опросу

студенческой молодёжи. Информационной базой для исследования выступают данные социологического исследования, проведённого Российским обществом социологов в 2022 г. среди студенческой молодёжи Российской Федерации. При организации и проведении социологического исследования на территории Республики Башкортостан в Башкирском государственном университете принимали непосредственное участие авторы данной статьи.

Объём выборки в целом по России составил 11 850 человек, объём выборки в Республике Башкортостан – 1 388 респондентов или 11,2% от общего числа опрошенных по Российской Федерации. Структура опрошенных выглядит следующим образом:

- по полу: 60,4% женщины, 39,6% мужчины;
- по возрасту: до 18 лет – 14,2%, 18–20 лет – 63,9%, 21–22 лет – 16,3%, 23–30 лет – 4,7%, 31–35 лет – 0,9%;
- по форме обучения: 95,2% студенты очной формы обучения, 1,9% – очно-заочной, 2,9% – заочной формы обучения;
- по форме оплаты за обучение: 72,1% студенты, обучающиеся по бюджету и 27,9% студенты, за обучение которых оплачивают родители;
- по месту проживания: 41,7% живут с родителями (с семьёй), 26,5% в общежитии, 19,0% на съёмной квартире, 11,1% в своей квартире, 1,8% в своей комнате (подселение, с соседями);
- по специализации (профилю обучения): 35,9% гуманитарная, 27,2% техническая, 15,2% социально-экономическая, 8,5% естественнонаучная, 6,2% медицина, 0,3% – прочее;
- по уровню подготовки: 85,3% первый – третий курс, 11,3% четвёртый – пятый курс, 2,7% магистратура, интернатура, ординатура, 0,4% аспирантура, 0,3% – другое;
- по национальности: 31,4% русские, 24,4% татары, 23,1% башкиры, 9,3% другие национальности; не указали своей национальности 11,9% опрошенных.

Опрос проводился методом самозаполнения анкеты по гугл-ссылке.

Результаты опроса.

Исследование показало, что, по мнению студенческой молодёжи Республики Башкортостан, современный человек должен хорошо знать культуру своего народа. При этом почти половина опрошенных (48,5%) считает, что современный человек должен хорошо знать культуру своего народа, если он ощущает свою принадлежность к определённому этносу и заинтересован в сохранении его традиций; 44,5% опрошенных полагают, что важно не только знать культуру своего народа, но и важно ориентироваться и в культурном наследии других народов. Только 7% респондентов считает, что знать культуру своего народа знать не обязательно, что в современном мире это неважно, культуры отдельных народов давно потеряли актуальность (табл. 1).

Таблица 1. Как Вы считаете, должен ли современный человек хорошо знать культуру своего народа? (один ответ) % от числа опрошенных

Варианты ответов	%
Да, если он ощущает свою принадлежность к определённому этносу и заинтересован в сохранении его традиций	48,5
Да, но важно ориентироваться и в культурном наследии других народов	44,5
Не обязательно, в современном мире это не важно, культуры отдельных народов давно потеряли актуальность	7,0
Всего	100,0

Каждый третий опрошенный студент Республики Башкортостан считает важным для сохранения народной культуры прилагать все усилия, чтобы сохранить народную культуру и передать её нашим потомкам (75,4% ответивших). Только 8,5% опрошенных студентов полагают, что народная культура является пережитком прошлого, а в мире есть куда более интересные и важные культурные явления. Примечательно, что значительная доля опрошенных (14,7%) затруднилась с ответом на данный вопрос, а 1,4% опрошенных считает, что для сохранения народной культуры необходимо что-то другое (табл. 2).

Таблица 2. Считаете ли Вы важным сохранение народной культуры? (один ответ) % от числа опрошенных

Варианты ответов	%
Да, необходимо прилагать все усилия, чтобы сохранить народную культуру и передать её нашим потомкам	75,4
Народная культура – пережиток прошлого, в мире есть куда более интересные и важные культурные явления	8,5
Затрудняюсь ответить	14,7
Другое	1,4
Всего	100,0

Отношение к культуре может проявляться по-разному, например, через использование родного языка в повседневной жизни, соблюдение традиций, народное творчество и другое.

Социальным институтом воспитания, в котором осуществляется преемственность поколений, является семья, где происходит социализация детей, что включает в себя передачу семейных ценностей и стереотипов поведения.

Через восприятие и культивирование семейных ценностей молодёжь стремится быть похожими на своих родителей, бабушек и дедушек [Валиахметов, 2019: 33–38], сохраняя традиции народной культуры, народного творчества и межкультурных коммуникаций [Семья и дети в России, 2016: 212].

Результаты опроса показывают, что молодёжь проявляет своё отношение к народной культуре в первую очередь через обучение родному языку и его использование в повседневности (65,6%), уважение и соблюдение народных обычаев (60,8%), а также через блюда национальной кухни (53,7%), национальную музыку (47,5%), чтение литературы на родном языке (44,4%). В меньшей степени отношение

молодёжи к народной культуре проявляется через наличие собственного национального костюма (11,2%), использование элементов национального костюма в своей одежде (13,4%), освоение народных промыслов (13,7%), игре на национальных музыкальных инструментах (16,2%) (табл. 3).

Таблица 3. Просим вас указать, каким образом проявляется отношение вашей семьи к народной культуре

(несколько вариантов ответов), % от числа опрошенных

Варианты ответов	Вы лично	мама, папа	бабушка, дедушка
Уважают и соблюдают народные обычаи	60,8	70,0	86,5
Учат и пользуются родным языком в повседневности	65,6	75,4	83,1
Готовят блюда национальной кухни	53,7	81,7	82,7
Знают и поют народные песни	39,9	54,1	76,2
Слушают национальную музыку	47,5	62,3	75
Читают литературу на родном языке	44,4	52,9	70,1
Обращаются к священнослужителю (мулле, пресвитеру, ламе, шаману и т. д.) за советами	26,1	49,8	64,5
Воспитывают детей в традициях своего народа	18,3	47,2	59,4
Используют народную медицину	21,2	38,7	59,1
Исполняют религиозные обряды	25,2	39,1	55
Вышивают, вяжут, лепят в народном стиле	13,6	28,5	53,4
Собирают библиотеку на родном языке	20,3	28,5	51,2
Танцуют народные танцы	31,1	33,3	43,7
Играют на национальных музыкальных инструментах	16,2	20,5	41,9
Освоили народные промыслы	13,7	25,2	41,4
Используют в одежде элементы народного костюма	13,4	20,8	38,2
Имеют собственный национальный костюм	11,2	17,2	34,3

Родители студентов в большей степени отношении к народной культуре проявляют через национальную кухню (по мнению, молодёжи, это характерно для 81,7% родителей), использование родного языка в повседневности (75,4%), уважение и соблюдение народных обычаев (70%), слушание национальной музыки (62,3%), знание и пение народных песен (54,1%), чтение литературы на родном языке (52,9%), обращение к священнослужителю (мулле, пресвитеру, ламе, шаману и т. д.) за советами (49,8%), воспитание детей в традициях своего народа (47,2%) и другие аспекты.

Ещё в большей степени проявляется отношение к народной культуре через разные традиции, обычаи, элементы у более старшего поколения (у бабушек и дедушек).

По мнению студентов, у их бабушек и дедушек в большей степени отношении к народной культуре проявляется через уважение и соблюдение народных обычаев (по мнению, молодёжи, это характерно для 86,5% бабушек и дедушек), использование родного языка в повседневности (83,1%), приготовление блюд народной кухни (82,7%), знание и пение народных песен (76,2%), слушание национальной музыки (75%).

При этом у бабушек и дедушек отношении к народной культуре проявляется в большей степени, чем у родителей и у самой молодёжи. Наибольший разрыв

наблюдается в воспитании детей в традициях своего народа – на 41,1% больше у бабушек и дедушек, чем у самой молодёжи. Это в значительной степени объясняется тем, что только у 3,2% опрошенных есть дети.

Также на 39,8% больше у бабушек и дедушек, чем у самой молодёжи, отношение к народной культуре проявляется через народное вышивание, вязание, лепки в народном стиле, на 38,4% больше обращение к священнослужителю (мулле, пресвитеру, ламе, шаману и т. д.) за советами, на 37,9% больше используют народную медицину, на 36,3% больше знают и поют народные песни, на 30,9% больше собирают библиотеку на родном языке, на 29,8% больше исполняют религиозные обряды, на 29% больше готовят блюда национальной кухни.

Семейные ценности прививаются с раннего детства, а семейные традиции передаются из поколения в поколение.

В меньшей степени разрыв между бабушками и дедушками и внуками (опрошенной молодёжью) проявляется в использовании родного языка в повседневности (используют 65,6% молодёжи и 83,1% бабушек и дедушек), а также при народных танцах (31,1% и 43,7% соответственно).

В большей степени культурная преемственность между поколениями проявляется через такие элементы народной культуры, как народные танцы, игры на национальных инструментах, национальный костюм, чтение литературы на родном языке, уважение и соблюдение народных обычаев, использование родного языка в повседневности.

Что касается важности сохранения различных элементов народной культуры, то для 75,5% опрошенной молодёжи важно сохранить такие элементы народной культуры, как национальная кухня, для 71,7% – семейные традиции, для 67,7% – равенство мужчины и женщины, для 58,6% – народное искусство. В меньшей степени важно для молодёжи сохранение таких элементов народной культуры, как главенство мужчины в доме (важно только для 30%, а неважно для 34,9%), а также традиции крещения, обрезания и другие (важно только для 31,7% опрошенных и неважно для 30,4% опрошенных) (табл. 4).

Таблица 4. Отметьте, насколько лично для Вас важно сохранение элементов народной культуры

(один вариант ответа в каждой строке), % от числа опрошенных

Элемент культуры	Важно	и да, и нет	не важно
Национальной кухни	75,5	19,3	5,2
Семейных традиций	71,7	22,7	5,6
Равенства мужчины и женщины	67,7	25,9	6,4
Народного искусства	58,6	34,7	6,8
Похоронного обряда	55,0	32,6	12,4
Народных песен	52,7	34,4	12,8
Народных танцев	52,7	33,0	14,3
Традиционной религии	49,1	33,8	17,1
Народного костюма	46,2	37,1	16,7
Свадебного обряда	41,9	37,0	21,0
Главенства старшего в роду	36,1	37,9	26,0
Традиции крещения, обрезания и другое	31,7	37,9	30,4
Главенства мужчины в семье	30,0	35,0	34,9

По результатам проведённого исследования можно сделать следующие основные выводы:

– абсолютное большинство студенческой молодёжи Республики Башкортостан (93%) считает, что современный человек должен хорошо знать культуру своего народа;

– студенческая молодёжь Республики Башкортостана проявляет своё отношение к народной культуре, в первую очередь, через обучение родному языку и его использование в повседневности, уважение и соблюдение народных обычаев, а также через блюда национальной кухни, национальную музыку, чтение литературы на родном языке;

– с возрастом проявление принадлежности к народной культуре усиливается, чем старше поколение, тем в большей степени оно стремится сохранить народную культуру и использовать различные элементы народной культуры и народных традиций в разных сферах своей жизни (быт, работа, отдых и т. д.);

– молодёжь, хотя и стремится сохранить разные элементы народной культуры, считает это важным, но в силу глобализационных процессов это стремление размывается и процесс преемственности поколений ослабевает [Сулаимони, 2019: 118–124]; студенческая молодёжь Республики Башкортостан в меньшей степени проявляет своё отношение к народной культуре, чем более старшее поколение, несмотря на то, что 75,4% опрошенных считает, что необходимо прилагать все усилия, чтобы сохранить народную культуру и передать её потомкам;

– по мнению молодёжи Республики Башкортостан, в большей степени важно сохранить такие элементы народной культуры, как национальная кухня, семейные традиции, равенство мужчины и женщины, а также народное искусство.

Таким образом, культурная преемственность является важнейшей основой, условием и фактором развития человеческой культуры, то есть передача культуры от предшествующих поколений новым. Каждое последующее поколение приобщается к имеющейся культуре, осваивает ее, живёт в ней, развивает её и передаёт дальше новым поколениям. Благодаря механизму культурной преемственности каждое следующее поколение людей в любом обществе живёт в иных, более продвинутых культурных условиях, чем предыдущее. Преемственность есть неперенное условие для нормального функционирования и динамичного развития общества и его культуры. При этом важно отметить, что характер межличностного взаимодействия поколений отражает систему воспитания в семье, в условиях которой формируется уважительное отношение к родителям, старшим родственникам и пожилым людям как важный этап социализации подрастающего поколения, оказывающей влияние на формирование ценностей преемственности поколений на уровне социума [Коблева, 2022: 182–192].

Развитие культурных связей между поколениями способны оказывать положительный эффект на социально-экономическое развитие государства [Лобанов, 2020: 125–130]. Социальное благополучие современного общества в значительной степени зависит от социокультурного диалога между поколениями, гармоничного процесса передачи межпоколенческого опыта [Гайфуллин, 2016: 104–109]. В этой связи актуальны масштабные социокультурные проекты, обладающие значительной идентификационной силой, силой содействия и партнёрства, которые в будущем могли бы стать связующим звеном между поколениями [Грошева, Грошев, 2021: 20–23].

Полученные результаты исследования могут быть учтены при разработке и совершенствовании государственной молодёжной политики в части формировании

общегражданской идентичности молодёжи, обеспечении культурной преемственности между поколениями и сохранении национальной общности.

Список литературы

Абдушукурова И. К. Преемственность поколений и воспитание молодёжи / И. К. Абдушукурова, Б. К. Самадов // Вестник науки и образования. 2021. № 10–3 (113). С. 83–85.

Валиахметов Р. М. Экономические и социокультурные факторы семейного поведения (на примере исследования жизненных ценностей семейных пар в Республике Башкортостан) / Р. М. Валиахметов // Социальная динамика населения и устойчивое развитие (Москва, 10 октября 2019 года) / Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. Москва : ООО «МАКС Пресс», 2019. С. 33–38.

Гайфуллин А. Ю. Этнодемографические характеристики молодёжи в республиках Тыва и Башкортостан / А. Ю. Гайфуллин // Новые исследования Тувы. 2022. № 2. С. 129–142.

Гайфуллин А. Ю. Ценностные ориентации и потенциал социального роста молодёжи российского региона в современных условиях / А. Ю. Гайфуллин, С. О. Куценко // Вестник ВЭГУ. 2016. № 5 (85). С. 24–31.

Грошева И. А. Социальная память и культурная преемственность в формировании образа / И. А. Грошева, И. А. Грошев / Вестник Тюменского государственного института культуры. 2021. № 2 (20). С. 20–23.

Дробышева А. В. Особенности теоретического изучения преемственности нравственного сознания поколений / А. В. Дробышева // Общество: философия, история, культура. 2019. № 7 (63). С. 12–15.

Коблева З. Х. Особенности ценностных установок в системе преемственности поколений в современном обществе / З. Х. Коблева // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2022. Т. 12, № 1. С. 182–192.

Лобанов Д. И. Преемственность поколений – катализатор социально-экономического развития / Д. И. Лобанов // Устойчивое развитие науки и образования. 2020. № 6 (45). С. 125–130.

Межуев В. М. Культура и история (проблема культуры в философско-исторической теории марксизма) / В. М. Межуев. М. : Издательство политической литературы, 1977.

Семья и дети в России: современное состояние и перспективы развития / Н. Л. Большакова, А. Ю. Гайфуллин, Ю. В. Мигунова [и др.]. Уфа : Институт социально-экономических исследований УНЦ РАН, 2016.

Содержательные основы российской идентичности. Региональный и этнокультурный контексты / Л. М. Дробышева, Е. М. Арутюнова, М. А. Евсеева [и др.]. М. : Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук, 2021.

Сулаймони П. Влияние процесса глобализации на проблему преемственности и конфликта поколений / П. Сулаймони // Известия Института философии, политологии и права имени А. Баховаддинова Академии наук Республики Таджикистан. 2019. № 2.

Тишко В. А. Идентичность и жизненные стратегии студенчества в России / В. А. Тишко, Р. Э. Бараш. В. В. Степанов // Социологические исследования. 2017. № 8 (401). С. 81–87.

Философия: энциклопедический словарь / Под ред. А. А. Ивина. М. : Гардарики, 2004.



Грошева Ирина Александровна
Филиал АНО ВО «ИДК» в Тюменской области,
Тюмень, Россия.
iren3016@rambler.ru

Грошев Игорь Львович
Тюменское высшее военно-инженерное командное училище
имени маршала инженерных войск А. И. Прошлякова,
Тюмень, Россия.
grosh-tmn@rambler.ru

МОЛОДЁЖЬ В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ: В ПОИСКАХ СЕБЯ

Аннотация. В статье рассмотрена специфика семейных каналов трансляции образов советской и постсоветской повседневности. Авторами представлен пример методики изучения особенностей семейной коллективной памяти посредством качественного исследования, основу которого составили письменные истории молодых людей в возрасте от 18 до 30 лет (N = 130 (2019), N = 38 (2020), N = 21 (2021)), проживающих в Тюмени. Определена динамика мировоззренческих установок в отношении советского и постсоветского прошлого, определяющая идеологическую структуру межпоколенческого взаимодействия.

Ключевые слова: молодёжь, семья, семейная память, образ советского прошлого, постсоветская повседневность, коллективная память, социальная ностальгия

Grosheva Irina A.
Branch of ANO VO «IDK» in the Tyumen region,
Tyumen, Russia.
iren3016@rambler.ru

Groshev Igor L.
Tyumen Higher Military Engineering Command School
named after Marshal of Engineering Troops A. I. Proshlyakov,
Tyumen, Russia.
grosh-tmn@rambler.ru

YOUTH IN THE COMMUNICATION SPACE: IN SEARCH OF YOURSELF

Abstract. The article is devoted to the study of family channels for broadcasting images of Soviet and post-Soviet everyday life. The authors carried out a qualitative study based on written stories of young people aged 18 to 30 years (N = 130 (2019), N = 38 (2020), N = 21 (2021)) living in Tyumen to identify the features of family collective memory. The dynamics of worldview attitudes towards the Soviet and post-Soviet past, which determines the ideological structure of intergenerational interaction, is determined.

Keywords: youth, family, family memory, image of the Soviet past, post-Soviet everyday life, collective memory, social nostalgia

Формирование социальной памяти в современных условиях сопряжено с высоким уровнем давления со стороны внешней информационной среды, а также со спецификой трансляции воспоминаний в рамках межпоколенческой коммуникации. Противоречия в процессе транслирования вызваны комплексом факторов, которые

сопряжены как с объективным изменением геополитического контекста в информационном пространстве, так и с особенностями человеческой памяти и индивидуального опыта, полученного старшим поколением. Таким образом, коллективное сознание в рамках одной поколенческой группы может характеризоваться высоким уровнем неоднородности ввиду содержательной разницы накопленного опыта и специфики рефлексии.

Причины дивергенции воспоминаний обусловлены рядом факторов.

1. Расслоение в рамках социума на конкретном историческом этапе формирует разные условия для представителей определённых профессий и родов деятельности. Хотя в структуре советского общества подобные различия характеризовались тенденцией сглаживания ввиду политических и идеологических установок, фактически этот процесс не устранял латентное неравенство в доступе к благам и возможностям повышения качества жизни.

2. Специфика мнемической функции психики определяется наличием сегментов, бессознательно депривированных сознанием, что формирует либо субъективно положительное восприятие прошлого, либо субъективно отрицательную память. Из этого следует, что социальная память в значительной мере определяется удовлетворённостью жизни в целом или наиболее значимыми ценностными комплексами человека.

3. Межпоколенческое взаимодействие в условиях виртуализации коммуникаций представляется достаточно размытым. Непосредственное взаимодействие между представителями поколений в значительной мере ограничено временными границами учебных занятий, свободного времени работающих родителей и пр. В то же время анонимность социальных сетей не позволяет идентифицировать факты информационного обмена между представителями различных поколений, так как их идентификация в большинстве случаев не представляется возможной ни для исследователей, ни для самой молодёжи.

Таким образом, проблематика коммуникативного пространства и, соответственно, возникающие затруднения у молодёжи в самоидентификации обусловлены: феноменом коллективного сознания; спецификой субъектов-носителей памяти, опыта, системы мировоззрения; технологией коммуникации, направленностью и скоростью её развития, объёмом и релевантностью используемого информационного массива.

По этой причине в социологической практике наиболее эффективным методом исследования коллективной памяти является анализ транслируемой информации в рамках семейных домохозяйств. Социолог и социальный психолог М. Хальбвакс, разработавший дефиницию «коллективная память», заложил основу изучения феномена именно посредством диагностики семейных практик, определяя подходы к хранению информации «социальной рамкой памяти». В его работах вопрос кумулятивного восприятия прошлого определён сегментарностью и избирательностью индивидуальных воспоминаний представителей различных социальных групп. Исходя из его представлений, нижняя граница памяти определяется фактически происходящими событиями в текущем времени, в то время как верхняя обусловлена историей (надпоколенческой памятью), сохраняемой социумом в целом, так как темпоральная отдалённость событий не позволяет передавать данные в рамках

одновременно сосуществующих поколений. Взаимодействие границ определяет, в свою очередь, изменения индивидуальной памяти, замещая факты, теряющие свою остроту и актуальность в системе восприятия индивида [Хальбвакс, 2007: 135].

Указанная система сохранения и замещения памяти формирует социокультурный код поколений, реализующийся посредством прямой (протестные движения) или косвенной (забвение, молчаливый протест, саботаж или социальная ностальгия) реакции. Специфика сохранения информации, в свою очередь, сопряжена с комплексностью её структуры. Микроуровень представлен системой личных воспоминаний, специфического опыта и субъективной рефлексии полученного результата или наступивших последствий. В то же время макроуровень характеризует способы и методы трансляции в рамках различных эпох и систем социальных отношений, изменение которых (трансформация социалистической идеологии в капиталистическую позицию) также трансформирует подход и избирательность к передаче данных молодёжи.

Наиболее кардинальный переход в определении социальной памяти наблюдался в процессе разрушения социалистического строя и перехода к капиталистическим основам общества. Указанная трансформация предложила иные формы восприятия действительности, установки, жизненные ценности и систему доступа к благам. На текущий момент представлено поколение, полноценно заставшее оба периода, имеющее возможность полноценной рефлексии, на основе которой передаются знания современной молодёжи. Учитывая значительную разницу между двумя системами социальных отношений, подобный переход оказал значительное влияние на структуру памяти поколения, что может быть диагностировано с высокой точностью, так как эти воспоминания наиболее детализировано транслируются в рамках семьи. По этой причине наибольший научный интерес представляет анализ восприятия молодёжью двух исторических этапов: советского (с 1917-го года до начала 1990-х) и постсоветского (с начала 1990-х по настоящее время).

С целью определения наиболее значимых нарративов, транслируемых молодому поколению в семьях, авторы статьи с 2019 по 2021 гг. проводили исследование «Образ прошлого в моей семье: советский и постсоветский периоды» методом письменной истории, в рамках которого приняли участие молодые люди в возрасте 18–35 лет (N = 130 (2019), N = 128 (2020), N = 144 (2021)).

В качестве установочной исследовательской задачи участникам исследования предлагалось описать свои представления (в формате эссе) о событиях, повлиявших на жизнь их семьи в течение советского и постсоветского этапов социального развития. Структура изложения материала опиралась на изложение (пересказ) воспоминаний и оценок событий, транслируемых в семейном кругу в рамках трёх поколений: отцов, дедов и прадедов. Техническим условием участия выступало отсутствие дополнительных специальных консультаций с родственниками до непосредственного участия в исследовании для соблюдения объективности исследуемых параметров.

Анализ подобных исследований на постсоветском пространстве показал, что после распада СССР в обществе не сложилось единого относительно устойчивого представления о качестве социалистического уклада жизни [Ковадин, Фофанова, 2020: 64]. В рамках авторского исследования данная тенденция также была диагностирована.

Лишь 2% опрошенных признались, что не имеют объективных представлений о прошлом России. Они аргументируют свою позицию тем фактом, то сами не являлись свидетелями событий, в то время как в семье нет традиций передачи информации между поколениями. Соответственно, дисфункция межпоколенческой коммуникации характерна для незначительной доли опрошенных, что позволяет предположить о преимущественном сохранении информации внутри семейного круга у большинства представителей молодого поколения. В то же время 5% участников характеризуются синкретичным подходом к анализу прошлого. Эта группа молодых людей принципиально не разделяет условия жизни в советское время и в период его распада. Как правило, рефлексия связана с негативными аспектами периода 90-х годов: бедностью, безысходностью и пр. Идеологическая структура этой категории опрошенных представлена как тотальный диктат над индивидуальными целями человека, упоминается обязательность таких процессов, как работа, выполнение плана, рождение детей и патриотизма.

Ещё одна группа опрошенных (12%) в целом демонстрирует превалирование негативных оценок и ассоциаций, связанных с советским временем. Как правило, опрошенные выделенной группы связывают свою рефлексию с несколькими видами событий. Во-первых, отмечен процесс раскулачивания как травмирующего события, характеризующего изъятие средств и символов благополучия. Во-вторых, присутствует некоторая степень этнизации воспоминаний. К примеру, упоминаются факты, сопряжённые с депортацией Чечено-Ингушского народа (1944 год), которые повлияли на стабильность и целостность семей. При этом данные события подавляют иную информацию, переданную старшим поколением. Третья подгруппа отмечает преимущественную долю воспоминаний о Великой Отечественной войне как наиболее ярком воспоминании родственников. Следует подчеркнуть, что у таких молодых людей информация о других событиях жизни советского общества в памяти не сохранилась. В значительной мере эта ситуация обусловлена, скорее, парадигмой социальной идеи общества в целом. На протяжении долгого периода времени именно победа над фашизмом рассматривалась как значимое достижение советского народа, что при незначительном освещении других сторон его жизни может формировать некорректное представление о полном совпадении временных границ войны и советского времени в целом. Этот факт нашёл своё подтверждение в исследовании РОС (N=12 340), посвящённом сохранению культурного наследия: 81,6% молодых людей склонны отмечать праздник День Победы, в то время как День защитника отечества находит отклик у 80% респондентов.

Также негативное восприятие зафиксировано относительно наиболее жёстких мер контроля политического режима. Молодые люди утверждают, что политические репрессии и цензура в большей степени касались невинных людей, и реализовывались относительно граждан без достаточных объективных оснований. Наличие контрольных функций государства молодыми людьми воспринимается как своеобразная форма рабства и идейного угнетения. В то же время молодые люди не смогли привести конкретных примеров описанных ситуаций, что говорит о наличии остаточных транслированных эмоций и отсутствии располагаемого фактологического материала.

Пятая часть студенческой молодёжи определила негативную оценку экономическому развитию советского периода. Молодые люди отмечали наличие ассоциаций с питанием по талонам, дефицитом, низкой зарплатой. Некоторыми участниками указывались конкретные суммы – около 10 рублей, однако характерным фактом выступает отсутствие соотношения с ценовыми характеристиками необходимых продуктов, что не позволяет определить, насколько молодые люди могут оценить покупательную способность жителей того времени.

Тем не менее больше половины участников исследования (52%) оценили качество жизни в Советский период положительно. В ходе анализа социально-демографических характеристик опрошенных была выявлена корреляция возраста и частоты фиксации положительных оценок. Таким образом, закономерно повышение доли положительных оценок периода СССР по мере увеличения возраста молодых людей (24–35 лет). Указанная группа исследуемых в качестве наиболее приоритетных факторов отмечала наличие стабильности, социальных гарантий и уверенности в будущем. Оценивая наиболее значимые аспекты советской жизни, молодые люди указывали более гуманный подход к людям со стороны предприятий (фиксированные обеды и рабочий день, наличие санаториев и бесплатных путёвок и пр.).

Наиболее предпочтительными гарантиями советского времени выступило право на труд. При этом также положительно оценивался процесс борьбы с тунеядством, хотя в целом оценка принуждения как такового у молодёжи в большинстве случаев имеет негативную коннотацию, в данном случае подобного эффекта не наблюдается. Вторым преимуществом отмечается доступность образования и его непосредственная связь с возможностью трудоустройства. И третьим значимым аспектом выступило качество медицинского обслуживания. Основным преимуществом отмечалось безвозмездный характер всех услуг и отсутствие платных альтернатив как факторов, снижающих уровень бесплатной медицины. Молодые люди полагали, что в советское время проблемы медицинского обеспечения разрешались более оперативно и системно, нежели в настоящий период развития государства.

Общий анализ представлений молодёжи позволяет говорить о присутствии мозаичной системы представлений о прошлом страны. Как правило, в системе транслирования присутствует комплекс обрывочных знаний, не позволяющих определить целостное восприятие фактов.

Тем не менее, в позитивно настроенной группе исследуемых были зафиксированы факты проявления социальной ностальгии, которая является непосредственными транслированными эмоциями старшего поколения. Как правило, ностальгические представления обусловлены тремя содержательными группами. Наиболее часто отмечались вопросы доверия, сплочённости и взаимной поддержки. Положительно описывается тип соседской коммуникации и превалирования роли общностей над крупными социальными институтами. Вторым по востребованности компонентом социальной памяти, по мнению молодёжи, выступило социальное обеспечение людей в плане реализации трудовой функции и экономической поддержки. Третьим аспектом выступило ощущение безопасности. Следует отметить, что данный аспект в свою очередь подразделялся на несколько подгрупп: безопасность жизни в целом, безопасность здоровья (отсутствие тяжёлых неизлечимых

инфекционных заболеваний), безопасность коммуникаций (в особенности относительно детей).

Следует отметить, что в каждой второй работе упоминается наличие бесплатных благ и коллективных идеалов. Как правило, упоминаются пионерские организации и движение октябрят, возможность участия в крупных социальных проектах (строительство), в рамках которых люди непосредственно участвовали в улучшении качества жизни.

Подобные факты подтверждают и другие исследователи, отмечая, что советское прошлое, в отличие от «разобщённого» российского настоящего, являло собой не только идеал «коллективной сплочённости», но и демонстрировало достойные коллективные цели [Бараш, 2017: 45].

Если рассматривать период после распада Советского Союза, то подавляющее большинство (86%) характеризовали этот период крайне негативно. Чаще всего упоминалась проблема организованной преступности, массовые экономические аферы, дефицит необходимых товаров, разрушение системы централизованного управления. Молодые люди склонны утверждать, что до 2000 года управление находилась в руках преступных синдикатов, нежели у официальных представителей власти.

Обобщённый категориальный анализ текстов информантов можно представить таким образом: (табл. 1).

Таблица 1. Соотношение позитивной и негативной рефлексии в исторической памяти молодёжи

Советский период	
<i>Позитив</i>	<i>Негатив</i>
1) человеческое отношение друг к другу, добрые, отзывчивые и дружелюбные люди, признание ценности дружбы, патриотизм, живое общение, уверенность в завтрашнем дне, стабильность; 2) отсутствие деления на богатых и бедных, низкие цены, бесплатная медицина и образование, низкая стоимость путешествий, качественные и безопасные продукты питания, наличие гарантированной работы, возможность бесплатного получения жилья	Репрессии, тоталитаризм, отсутствие свободы, дефицит, голод
Постсоветский период	
<i>Позитив</i>	<i>Негатив</i>
Новые технологии, дивиденды с ваучеров или иных ценных бумаг, возможность открыть бизнес, свобода выбора	Бедность, продукты по талонам, голод, дефицит товаров, разрушение колхозов, безработица, дорогая одежда, бандитизм, мафия, грабежи, убийства, наркотизация, теракты, дефолт, очереди, коррупция, беззаконие, обесценивание денег

Следует подчеркнуть, что современная молодёжь не имеет однозначного представления о советском и постсоветском прошлом страны. Подобная ситуация связана как с неоднозначностью внешнего информирования, так и с качеством данных, связанных с семейными воспоминаниями и установками. По этой причине в сознании молодёжи параллельно существует два равноправных образа. Первый обусловлен

ностальгическими настроениями, рассматривающими достижения СССР, социальную политику государства, человечность и тесноту межличностных контактов. Другой образ исторической действительности связан с оценкой политических репрессий, бедностью, цензурированием общественного мнения. Восприятие тоталитарных аспектов политического режима по мере снижения возраста исследуемых поколений также имеет меньшую значимость. Постсоветский период характеризуется однозначной травматичностью для подавляющего большинства опрошенных.

Основные факторы перехода личной травмы в культурную (в терминах П. Штомпки): временная дистанция (с увеличением дистанции преобладают положительные оценки), наличие эмоциональной сопричастности к травмирующему событию (личное восприятие выступает в роли катализатора), потребности сообщества в солидарности и соответствующее воспроизведение со стороны массмедиа (включённость в коллективный поиск решений проблем приносит больший положительный эффект). Таким образом, эмпирическим путём определено, что восприятие постсоветского периода (с начала 1990-х до начала 2000-х) имеет признаки культурной травмы.

Список литературы

Бараш Р. Э. О некоторых причинах «советской» ностальгии и особенностях исторической памяти россиян о советском периоде / Р. Э. Бараш // Социологическая наука и социальная практика. 2017. № 4 (20). С. 44–52.

Ковадин М. А. Советский Союз как часть коллективной памяти молодёжи: социологический анализ / М. А. Ковадин, В. В. Фофанова // Социальные нормы и практики. 2020. № 1 (3). С. 62–67.

Хальбвакс М. Социальные рамки памяти / М. Хальбвакс ; пер. с фр. и вступ. ст. С. Н. Зенкина. М. : Новое изд-во, 2007. 348 с.



Дьякова Вера Валерьевна

Астраханский государственный технический университет,
Астрахань, Россия.
vvdyakova@yandex.ru

ФЕНОМЕН НАРОДНОЙ КУЛЬТУРЫ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ СТУДЕНТОВ РОССИЙСКОЙ ПРОВИНЦИИ

Аннотация. Объектом исследования являются студенты – особая социально-демографическая группа, выполняющая в социальном взаимодействии двойственную роль как объекта в процессе воспитания и преемственности межпоколенческих ценностей и ориентаций, так и субъекта посредством реализации инновационного потенциала, своей трансформирующей функции в общественном воспроизводстве. Основным источником эмпирических данных стал опрос, проведённый при участии автора в рамках масштабного федерального исследования. Представлены результаты по Астраханской области. Предметом исследования является отношение студентов к народной культуре, отдельным её аспектам, значимости её сохранения и транслирования другим поколениям.

Ключевые слова: студенчество, народная культура, культурное наследие, традиции народа, семейные традиции

Diakova Vera V.

Astrakhan State Technical University
Astrakhan, Russia.
vvdyakova@yandex.ru

THE PHENOMENON OF FOLK CULTURE IN THE VIEWS OF STUDENTS OF THE RUSSIAN PROVINCE

Abstract. The object of the research is students – a special socio-demographic group that performs a dual role in the process of social interaction as an object in the process of education and continuity of intergenerational values and orientations, and as a subject through the realization of innovative potential, its transformative function in the process of social reproduction. The main source of empirical data was a survey conducted with the participation of the author as part of a large-scale federal study. The results for the Astrakhan region are presented. The subject of the study is the attitude of students to folk culture, its individual aspects, the importance of its preservation and transmission to other generations.

Keywords: students, folk culture, cultural heritage, traditions of the people, family traditions

Студенчество занимает особое положение в системе социального и межпоколенческого взаимодействий, отличающихся субъект-объектными чертами. Данная социальная общность является востребованным объектом междисциплинарного научного исследования. В социологии накоплен обширный опыт изучения этой социально-демографической группы, её структуры, отдельных аспектов функционирования. Постоянно меняющаяся социальная реальность и необходимость поиска эффективных способов стабильного общественного развития актуализируют исследовательское внимание к молодому поколению и, в частности, студентам.

В социологической научной литературе одним из популярных направлений исследований является изучение особенностей жизнедеятельности студентов с точки зрения анализа конкретного региона, города, уделяя внимание особенностям конкретной территории, уникальности социального жизненного пространства, а также

посредством сравнительного анализа, выявления общего и особенного, например, через призму показателей «Центр-периферия», «столица-провинция».

В данной публикации будут освещены некоторые результаты анкетирования студентов Астраханской области, проведённого в рамках масштабного исследования «Культурное наследие и связь поколений» [Дулина и др., 2022: 64], организованного Российским обществом социологов в 2022 г. С использованием Google-форм в регионе было опрошено 253 учащихся средне-профессиональных и высших учебных заведений. Астрахань является административным центром приграничного многоконфессионального и полиэтнического региона, в котором расположены региональные учебные заведения, а также филиалы федеральных образовательных организаций.

Согласно полученным результатам, подавляющее большинство респондентов (92,5%) считают, что современный человек должен хорошо знать культуру своего народа, из них 55,3% в силу принадлежности к конкретной этнической группе и желанию сохранить её культурное наследие, 37,2% – для умения ориентироваться в культурном наследии других народов. 7,5% студентов отмечают, что культуры отдельных народов потеряли свою актуальность в современном мире. Народная культура играет ключевую роль как в процессе идентификации личности [Данилов, 2017], так и консолидации современного общества [Гладилина, Королева, 2012], именно поэтому вопрос о сохранении и преемственности народных культурных ценностей, норм и ориентаций является актуальным и для общественных дискуссий, и для научного анализа.

На вопрос «Считаете ли Вы важным сохранение народной культуры?» 79,1% ответили утвердительно – необходимо прилагать все усилия, чтобы сохранить и передать народную культуру потомкам. 8,3% студентов считают, что в мире есть более важные и интересные культурные явления, а народная культура – это пережиток прошлого. 12,3% затруднились ответить на этот вопрос. Стоит отметить, что при анализе двумерных распределений была выявлена сильная взаимосвязь между ответами на этот вопрос и специализацией обучающихся – коэффициент Крамера равен 0,610 (рисунок 1).

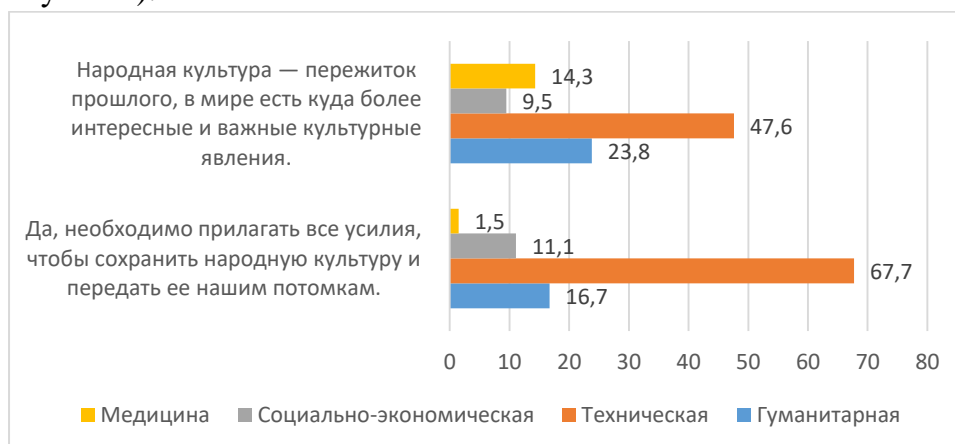


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Считаете ли Вы важным сохранение народной культуры?», по специализациям (профилю обучения), в%

При определении наиболее важных культурных явлений, которые требуется сохранить и передать другим поколениям, наиболее востребованными у астраханских студентов стали национальная кухня (75,5%) и семейные традиции (72,7%) (рисунок 2). Национальная кухня в процессе сохранения народной культуры может рассматриваться и как фрагмент этнической идентичности [Андреева и др., 2017], и как способ межкультурных коммуникаций [Каштанюк, Титова, 2015]. Семья же выступает институтом сохранения и трансляции ценностей, в том числе традиционной этнической культуры [Панфилова, 2017].

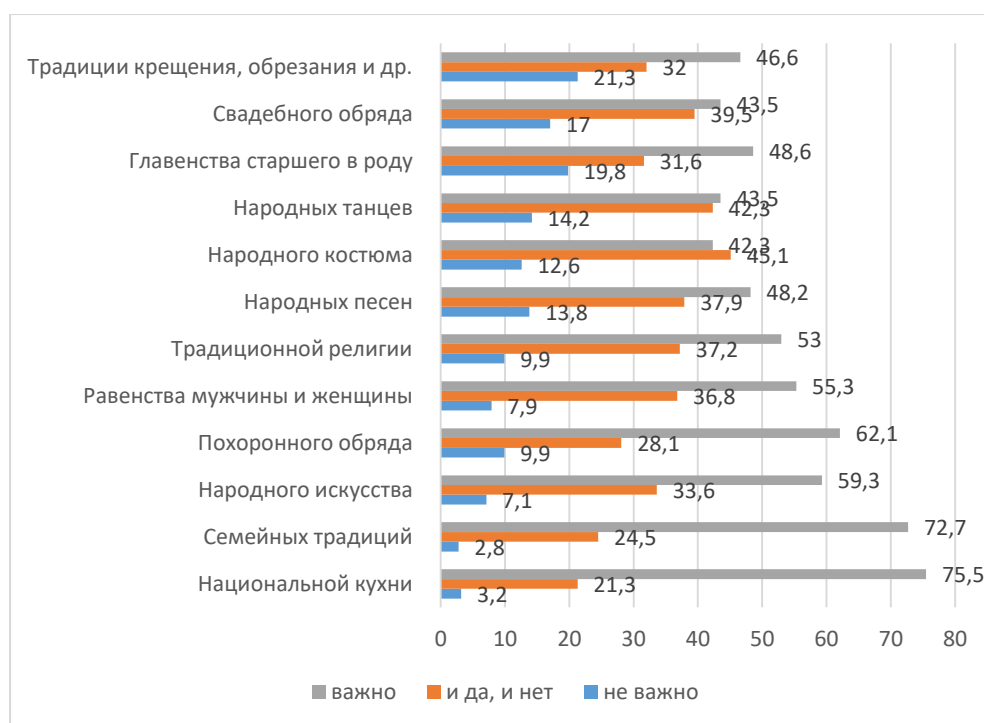


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Отметьте, насколько лично для Вас важно сохранение ...», в%

При анализе двумерного распределения ответов на вопросы о значимости сохранения народной культуры, в том числе конкретными культурными аспектами, была выявлена средняя сила зависимости по следующим показателям: традиционная религия (коэффициент Крамера = 0,284), семейные традиции (коэффициент Крамера = 0,282), народное искусство (коэффициент Крамера = 0,226), народный костюм (коэффициент Крамера = 0,221), свадебный обряд (коэффициент Крамера = 0,220), похоронный обряд (коэффициент Крамера = 0,218), главенство мужчины в семье (коэффициент Крамера = 0,210).

Таким образом, актуальность исследования студенчества, его роли в общественном воспроизводстве не вызывает сомнений. Согласно полученным эмпирическим данным, подавляющее большинство астраханский студентов считают, что для современного человека важно знание народной культуры, а её сохранение – залог эффективного процесса межпоколенной преемственности. Ключевая роль в

эффективном процессе транслирования норм, ценностей и ориентаций народной культуры отводится семье посредством сохранения национальной кухни, семейных традиций и обычаев.

Список литературы

Андреева Л. А. Национальная кухня как фрагмент этнической идентичности / Л. А. Андреева, О. А. Хопияйнен, Н. В. Филимонова // Историческая и социально-образовательная мысль. 2017. Т. 9, № 6–1. С. 121–126.

Гладилина И. П. Роль традиционной народной культуры в консолидации современного общества / И. П. Гладилина, Г. М. Королева // Армия и общество. 2012. № 4 (32). С. 23–30.

Данилов С. И. Идентичность личности и народная культура / С. И. Данилов // Педагогика искусства. 2017. № 1. С. 32–37.

Дулина Н. В. Народная культура в оценках российской студенческой молодёжи / Н. В. Дулина, В. А. Мансуров, Е. И. Пронина и др. // Научный результат. Социология и управление. 2022. Т. 8, № 3. С. 61–78. DOI 10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-5.

Каштанюк В. А. Национальная кухня как способ межкультурных коммуникаций в еврейской автономной области / В. А. Каштанюк, Е. В. Титова // Russian Journal of Education and Psychology. 2015. № 8 (52). С. 439–450.

Панфилова Ю. С. Семья как институт сохранения и трансляции ценностей традиционной этнической культуры / Ю. С. Панфилова // Социально-гуманитарные знания. 2017. № 11. С. 324–331.



Колосова Елена Андреевна

Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия.

the_shmiga@mail.ru

Коняшкина Анна София Владимировна

Российская государственная детская библиотека,
Москва, Россия.

ansofikon@yandex.ru

РОЛЬ ЧТЕНИЯ В КОММУНИКАЦИИ ПОКОЛЕНИЙ: ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ

Аннотация. Объектом исследования являются дети и родители. Проблема трансляции литературной культуры от поколения к поколению в контексте изменений в чтении детей и подростков становится сегодня довольно серьёзной. От отношения к чтению в семье, активности родителей как главных наставников и первых учителей, приобщающих детей к чтению, во многом зависит читательский опыт ребёнка и его будущее. Как происходит коммуникация в семье вокруг книги, проанализовано на основе нескольких исследований РГДБ, проведённых в 2021 г.

Ключевые слова: поколение, коммуникация, дети, родители, семья

Kolosova Elena A.

Russian State University for the Humanity,
Moscow, Russia.

the_shmiga@mail.ru

Konyashkina Anna Sofia V.

Russian State Children's Library,
Moscow, Russia.

ansofikon@yandex.ru

THE ROLE OF READING IN COMMUNICATION BETWEEN GENERATIONS: TRADITIONS AND INNOVATIONS

Abstract. The object of the study are children and parents. The problem of broadcasting literary culture from generation to generation in the context of changes in the reading of children and adolescents is becoming quite serious today. The child's reading experience and his future largely depend on the attitude to reading in the family, the activity of parents as the main mentors and the first teachers who introduce children to reading. How communication takes place in the family around the book is analyzed on the basis of several RGDB studies conducted in 2021.

Keywords: generation, communication, children, parents, family

Чтение как одна из форм опосредованной коммуникации представляет собой процесс активного взаимодействия между коммуникаторами (создателями текста) и реципиентами (читателями), а не пассивное восприятие и усвоение текста. Чтение существенно отличается от других видов коммуникации. Это связано со спецификой текста как знаковой системы, элементы которой существуют в неподвижной пространственной форме, предусматривающей их последующее зрительное восприятие с возможностью фиксирования, хранения, тиражирования информации в любом виде. В рамках данного подхода чтение считается одним из самых

рациональных способов передачи и усвоения знаний и ценностей, выработанных человечеством, в современном обществе дополненный электронными носителями информации.

В качестве агента социальной коммуникации, на наш взгляд, может выступать не только человек, но и книга, различного рода печатные источники, Интернет-источники и прочее. При этом социальную коммуникацию можно отождествлять частично или полностью с массовой коммуникацией, представляя её как массовую передачу информации посредством использования технических средств (в том числе печатных) с помощью различного рода профессиональных приёмов для влияния на аудиторию. Одной из целей такого воздействия будет распространение просветительских идей, связанных с желанием донести, в частности, морально-нравственные нормы и ценности до каждого человека.

Изначально чтение как процесс массовой коммуникации характеризовался однонаправленностью, поскольку обратная связь не подразумевалась. Но с развитием СМК и с введением в практику писем автору, встреч с известными писателями, различных мероприятий по работе с читателями в библиотеках, на различных общественных площадках (ярмарках, фестивалях) стало возможным определять такой вид коммуникации как взаимонаправленный. Безусловно, обратная связь подобного рода имеет специфический характер – она видоизменяет и совершенствует организацию массовой коммуникации, но не оказывает эффективного воздействия на собственно передачу информации.

Современные дети не похожи на предыдущие поколения, построившие мощную книгоцентристскую культуру. Происходит смена самого типа культуры, поскольку начало XXI века характеризуется процессами глобализации и информатизации, активным развитием средств массовой коммуникации, меняющих территориальные, социокультурные, социопсихологические особенности потребителей этой информации.

Нынешние дети уже в утробе матери включены в глобальные процессы, не говоря уже о первых годах жизни. В России долгое время существовала традиция передачи литературной культуры от поколения к поколению. Книги так называемой золотой полки были отнесены к литературной классике, часть произведений этих писателей читали в семьях ещё в первой половине XX века.

К любимым писателям у мальчиков относились Ж. Верн, М. Рид, Ф. Купер; любимые книги девочек – произведения Ч. Диккенса, «Без семьи» Г. Мало и т. п. Общие пристрастия – «о животных», «весёлые», сказки. Исследования того периода показывали, что спрос на книги «по заданию школы» абсолютно отличался от независимо сложившегося спроса на книги. Очень отличалось библиотечное и «внебиблиотечное» («домашнее») чтение.

Во второй половине XX века к «золотой полке» детско-подросткового чтения стали относиться также Дж. Даррелл, С. Лагерлеф, А. Линдгрен, Дж. Родари, П. Трэверс, М. Энде, Т. Янссон и др. Произведения этих писателей издавались довольно большими тиражами и создали основу репертуара детско-подросткового чтения в 70–90-е гг. XX века. В круг чтения детей и подростков в эти годы входили и отечественные авторы – И. Акимовский, А. Барто, К. Булычев, Б. Васильев, Е. Велтистов, А. Волков, В. Каверин, Л. Кассиль, В. Крапивин, Н. Носов, С. Михалков, К. Паустовский, А. Толстой, К. Чуковский и др. [Мелентьева, 2010, 168]

На рубеже веков фиксировался серьёзный кризис семейного чтения. Родители младших школьников и подростков, опрошенные в 1999 и 2001 гг., видели свои семьи включёнными в книжную культуру (90% ответивших). При этом больше половины респондентов констатировали отсутствие практик семейного чтения (обсуждение прочитанного, разговоры о книгах с другими членами семьи) и в семьях своих родителей. Процесс постепенного исчезновения литературной традиции и передачи литературной культуры от поколения к поколению стал заметен более пятнадцати лет назад. В эти годы более половины опрошенных утратили традицию совместного приобретения книг в домашнюю библиотеку (62%), что во многом обусловлено сложным периодом «перестройки» и становления рыночных отношений в этот период. Тенденция дальнейшего затухания традиций «литературоцентричного общества», для которой были характерны знания устоявшегося определённого набора имён писателей и произведений детской литературы, в значительной степени продолжается [Колосова, Чудинова, 2016].

Однако за последние годы у многих родителей появился интерес к воспитанию детей. Прошли времена, когда им нужно было выживать и обеспечивать семью самым необходимым. Современные мамы и папы, воспитывающие детей в контексте концепции ответственного родительства, заинтересованы в том, чтобы их дети читали, передавали эту традицию от поколения к поколению, знали, как классическую, так и современную литературу и легко находили нужную информацию в книгах.

Данные всероссийского исследования, проведённого Российской государственной детской библиотеки совместно с ВЦИОМ в 2021 г. [Колосова, 2021], свидетельствуют: за последние годы набирает силу новая тенденция – увеличения внимания к детскому чтению в семье. Полученные результаты сравнивались с данными исследования, проведённого в 2006 г., собранными по аналогичной методике [Детское чтение в России, 2014]. Всё больше родителей хотят видеть детей грамотными, читающими людьми. Мама и бабушки (а также и некоторые папы) стали уделять чтению детей больше внимания и покупать книги для детей (некоторые из них стали больше спрашивать о литературе у библиотекарей).

Стабильно растёт роль родителей в семейном чтении. Подавляющее большинство детей (89%) в группе от 7 до 10 лет читают самостоятельно. Однако за последние 15 лет эта цифра снизилась с 94,3% на 5,2%. Более двух третей детей от 7 до 10 лет (69%) сообщили, что дома им читают книги вслух. В 2006 г. таких было 46,2%, в 2013 г. произошло увеличение до 61,1%.

Основными «чтецами» для детей по-прежнему остаются мамы: их чтение слушает почти каждый второй (45%). Чуть больше их было в 2013 г. – 47%, в 2006 г. таких было всего 34,8%. Другие члены семьи читают детям вслух существенно реже (второй по популярности ответ – «бабушка» – отметили только 8% опрошенных детей. На третьем месте папы, которые значительно усилили свои позиции с 3% в 2006 г. до 6% в 2021 г.

94% детей, читающих самостоятельно, читали летом детские книги, в т. ч. 24% прочли, по их словам, 7 и более книг (что на 5% больше, чем в 2006 г.). Четверть младших школьников осилили только 1–2 книги (27%).

При этом детские книги в домашней библиотеке есть у большинства детей 7–10 лет (91% от числа опрошенных детей), что свидетельствует о благоприятной среде для поддержки чтения в этой возрастной группе и во многом объясняет успехи российских младших школьников в международных исследованиях.

Недавний опрос взрослых читателей РГДБ⁵⁰, которые приходят с детьми в библиотеку (дошкольниками и младшими школьниками), показал, что в семьях 51% респондентов родители читают детям, 20,9% читают вслух по очереди и 19,9% совместно обсуждают прочитанное, лишь 7,7% ответили, что их дети читают вслух сами без участия взрослых.

В большинстве семей чаще других членов читают взрослые (57,6%) Гораздо меньше семей, где чаще других читают дети до 10 лет (15,1%) или подростки (13,8%). Это говорит о том, что среди читателей РГДБ преобладают читающие родители, которые сами часто читают, а значит, подают пример подрастающему поколению.

Жанрово-тематические предпочтения взрослых читателей РГДБ показывают, что в этих семьях отдают предпочтение классике, как русской (63,8%), так и зарубежной (56,5%). Наименьший интерес вызывают детективы (31,6%), энциклопедическая литература (24,5%), фантастика (18,4%), фэнтези (19,5%), журналы и газеты (18,2%). Это говорит о том, что в таких семьях чтению уделяют большое внимание и предпочитают читать серьёзные произведения, требующие осмысления прочитанного, тогда как более лёгкая для чтения литература интересует их в меньшей степени.

Особое место в семейном чтении занимает читательская среда. В домашней библиотеке у 37,4% опрошенных имеется от 50 до 300 книг, то есть один книжный шкаф. У 24,9% имеются от 300 до 500 книг дома (2 книжных шкафа). Более 1 000 книг, то есть более четырёх книжных шкафов, имеют 18,4%, и лишь 4,4% процента читателей РГДБ не имеют дома книг вообще.

Большинство респондентов (59,4%) отметили что им нравится читать, и они много читают, меньше половины опрошенных взрослых (49,3%) любят читать, но им не всегда хватает на чтение времени. Для получения удовольствия читают книги треть опрошенных (27,8%). Читатели РГДБ положительно относятся к чтению. Однако для многих существует проблема нехватки времени, что обусловлено интенсивностью жизни в большом городе.

Тем не менее, участники опроса отметили важность семейного чтения, и не только читают с детьми дома вслух, но также реализуют другие практики. Чаще всего читающие родители подаёт пример своим детям с ранних лет.

Однако картина была бы не полной, если бы мы не узнали мнение самих детей. Проведённый молодым социологом РГДБ опрос детей 3, 4, 5, 6 классов из школ Москвы и Краснодара с использованием рисуночной методики, показал, как сами дети относятся к процессу чтению⁵¹.

Все участники опроса изобразили себя за процессом чтения в домашней обстановке. Большинство детей нарисовали, что предпочитают читать на диване, кровати или в кресле, это объясняется тем, что в первую очередь им важен комфорт в этом процессе (диван – 6, кровать – 13). Поза 13-ти изображённых детей в процессе

⁵⁰ В 2021 г. был проведён опрос читателей РГДБ о практиках семейного чтения. Всего в опросе приняли участие 522 взрослых читателя библиотеки. Основной возраст респондентов от 35 до 44 лет (58,5%), пятая часть респондентов в возрасте от 45 до 54 лет (17,7%), гораздо меньше молодых родителей в возрасте от 25 до 34 лет (13,2%) и респондентов старшего возраста от 55 лет (7,1%). Абсолютное большинство среди опрошенных – женщины 507 (94,4%) человек. У 78,9% опрошенных в семье есть дети дошкольного и младшего школьного возраста до 11 лет.

⁵¹ Всего было собрано 27 рисунков на тему «Как я читаю?», из которых 14 рисунков девочек и 13 – мальчиков.

чтения – лёжа или полулёжа. Только шесть школьников нарисовали человека, читающего за столом. Для них этот процесс более формальный и ассоциируется с учебным пространством, где дети сидят за партами.

Практически все рисунки девочек и мальчиков выполнены аккуратно, детально и полностью раскрашены. В силу возрастных особенностей рисунки учеников 3 класса уступают по качеству рисункам других учащихся, особенно в прорисовке главных действующих лиц.

Несколько учеников 5–6 классов выполнили свои рисунки в стиле японской мультипликации (аниме, манга), на которых изображённые герои имеют сходство с известными персонажами (например, Наруто). Это связано с широкой распространённостью данной субкультуры в среде младших школьников. Согласно опросам РГДБ 2011–2013 гг., комиксы и манга давно входит в круг чтения младших школьников, а появление мультфильмов по этим произведениям постоянно поддерживает интерес к данной теме.

Книги есть на всех рисунках, однако книжных полок изображено мало в тех комнатах, где ребёнок читает. Это подтверждает общую тенденцию к отказу в домах от личных библиотек. И эту картину подтверждают данные всероссийского исследования РГДБ и ВЦИОМ, поскольку за последние 15 лет сократилось количество семей, в домах которых есть домашние библиотеки – с 84,9% в 2006 г. до 69% в 2021 г. [Колосова, 2021].

Один рисунок, выполненный девочкой 12 лет, заслуживает особого внимания, на нём изображён смартфон с наушниками. На смартфоне включена аудиокнига. Данная практика в последние годы набирает обороты благодаря развитию технологий, позволяющих в компактном формате иметь аудиозаписи различных книжных изданий, как классических, так и современных. Сегодня 14% младших школьников и 12% подростков слушают аудиокниги по всей России.

Следует обратить особое внимание, что на рисунках почти всегда отсутствуют взрослые. Другими словами, процесс чтения дети не ассоциируют с учебной деятельностью или с непосредственным участием родителей или других значимых взрослых. Можем предположить, что для детей чтение скорее форма проведения домашнего досуга, приносящего удовольствие (о чём в том числе свидетельствуют эмоции, запечатлённые на лицах героев рисунков – большинство положительные, в нескольких случаях нейтральные/без изображения лица). Явно выраженные отрицательные эмоции на лицах детей обнаружены всего на двух рисунках.

Дальнейшая работа по пополнению базы рисунков детей продолжается и позволит получить более полную картину о представлении детей о чтении и различных практиках.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что чтение сегодня выступает источником коммуникации поколений преимущественно с позиции старших, родителей, которые постепенно включаются в процесс приобщения к чтению после периода застоя, когда перед ними стояли другие задачи. Родители включаются в процесс совместного чтения, покупки книг, поиска информации о книгах для детей в интернете. При этом сами дети не воспринимают чтение как способ взаимодействия со старшим поколением, предпочитая уединение. Особое внимание чтению подрастающего поколения уделяют родители дошкольников, но и в семьях с младшими школьниками сегодня за родителями ведущая роль в приобщении к чтению.

По мере взросления ребёнка участие родителей в этом процессе снижается, однако общая тенденция внимания семьи к воспитанию подрастающего поколения сказалась и на этом периоде взросления. Так, к мнению родителей при выборе книг прислушиваются 45% подростков, к мнению друзей и сверстников – 42%. Но все-таки большинство ориентируется на собственное мнение и собственный выбор (50%), согласно данным РГДБ и ВЦИОМ–2022.

Безусловно, отношение к чтению и читательские предпочтения каждого поколения определяются наличием книжной среды, участием родителей в выборе книг для совместного чтения с ребёнком, передачей читательского опыта и литературных традиций от поколения к поколению. От того, какая атмосфера царит в семье, будет зависеть, какое место в коммуникации поколений будет отведено книге.

В семьях, где процессу чтения уделяется серьёзное внимание (интерес к чтению прививается с раннего детства, регулярно покупаются новые книги, обсуждается прочитанное), дети много читают, знают, где найти информацию о книгах. В тех же семьях, где родители не интересуются чтением и не передают литературную традицию, дети чаще сидят в интернете, не посещают библиотеки и не любят читать.

Современное общество находится на этапе осознания необходимости поддержки детского и семейного чтения, однако на государственном уровне всё ещё принимается недостаточно мер по реализации специализированных программ. Поэтому именно от семьи во многом зависит, будет ли ребёнку интересно читать, обсуждать прочитанное, следить за новинками, пополнять домашнюю библиотеку и передавать литературную традицию от поколения к поколению.

Список литературы

Детское чтение в России / Российская государственная детская библиотека ; авт.-сост. М. А. Веденяпина, О. П. Мезенцева, Е. А. Колосова и др. ; ред. Е. А. Армадерова, Л. Н. Косенко, М. В. Карданова. Москва, 2014. 115 с.

Колосова Е. А. Детское чтение в России: сравнительное социологическое исследование 2006 – 2021 гг. / Е. А. Колосова // Изучаем чтение: форматы и практики. Материалы II Научно-практической лаборатории. Москва : Российская государственная детская библиотека, 2021. С. 11–15. URL: <https://ru.calameo.com/read/001280108da58238cef79> (дата обращения: 01.09.2022).

Колосова Е. А. Появятся ли новые «золотые полки»? / Е. А. Колосова, В. П. Чудинова // Журнал «Знамя» 11, 2016. URL: <https://znamlit.ru/publication.php?id=6446> (дата обращения: 05.09.2022).

Мелентьева Ю. П. Некоторые аспекты чтения детей в России в 20-е годы XX века / Ю. П. Мелентьева // Чтение на евразийском перекрестке: Международный интеллектуальный форум (27–28 мая 2010 г.) / Министерство культуры Челябинской области ; Челябинская государственная академия культуры и искусств ; Кафедра библиотечно-информационной деятельности. Челябинск, 2010. С. 163–169.



Кошелев Дмитрий Александрович

СИ РАН – филиал ФНИСЦ РАН,

Санкт-Петербург, Россия;

Институт языка, литературы и истории Коми НЦ УрО РАН;

Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина,

Сыктывкар, Россия.

Idea11@yandex.ru

СЕТЕВОЙ ПРОЕКТ «ДОРОГИЕ ТОВАРИЩИ»: КОЛЛЕКТИВНАЯ ПАМЯТЬ О СОВЕТСКОМ ПРОШЛОМ

Аннотация. Историко-культурная среда сегодня становится ключевым понятием современного общества и представляет собой не отдельную область государственного регулирования, а сложную многоуровневую систему. На сегодняшний день советский период в российской истории вызывает крайне неоднозначные суждения, оценки и дискуссии. В современном мире исторические компоненты выступают основой развития общества. За счёт потенциала исторической памяти и успешной координации деятельности в сфере сохранения памяти о прошлом может быть достигнута стабильность и преемственность.

Ключевые слова: СССР, историческая память; региональная идентичность; коммеморация

Koshelev Dmitriy A.

Sociological Institute of FCTAS RAS,

St. Petersburg, Russia;

Institute of Language, Literature and History of the Komi Scientific Center

of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences;

Syktывkar State University named after Pitirim Sorokin,

Syktывkar, Russia.

Idea11@yandex.ru

NETWORK PROJECT «DEAR COMRADES»: COLLECTIVE MEMORY OF THE SOVIET PAST

Abstract. The historical and cultural environment today is becoming a key concept of modern society and is not a separate area of state regulation, but a complex multi-level system. Today, the Soviet period in Russian history causes extremely ambiguous judgments, assessments and discussions. In the modern world, historical components are the basis for the development of society. Due to the potential of historical memory and successful coordination of activities in the field of preserving the memory of the past, stability and continuity can be achieved.

Keywords: USSR, historical memory, regional identity, commemoration

На сегодняшний день советский период в российской истории вызывает крайне неоднозначные суждения, оценки и дискуссии. В большинстве своём они касаются общих аспектов существования советского общества и государства, роли СССР в мировой истории, достижениях советской экономики, науки, культуры, войнах, проблем системы ГУЛАГ и т. д. Историко-культурная среда сегодня становится ключевым понятием современного общества и представляет собой не отдельную область государственного регулирования, а сложную многоуровневую систему. В современном мире исторические компоненты выступают основой развития общества.

За счёт потенциала исторической памяти и успешной координации деятельности в сфере сохранения памяти о прошлом может быть достигнута стабильность и преемственность.

Историческая память – это тот конструкт, который привлекал и привлекает исследователей самых разных областей – философии, истории, лингвистики, политической науки. Тема памяти разрабатывалась ещё в середине XX в. Ф. Ариесом, М. Хальбваксом, М. Фуко, Я. Ассиманом и многими другими. Коллективная память относится к общему объёму воспоминаний, знаний и информации социальной группы, которые в значительной степени связаны с идентичностью группы.

Несмотря на всю свою неоднозначность и изменчивость, историческая память необходима для любого общества. Социум нуждается в исторической памяти, и эта потребность имеет аксиологические и психологические основания. В своё время греческий философ Аристотель сказал – «*anthrôpos phusei politikon zôon*» («человек – животное общественное»). Благодаря памяти о прошлом – в данном случае имеется в виду не только и не столько память отдельных людей, но общие представления о прошлом – осуществляется некий акт «переноса» основы социальной и духовной жизни общества, процесс формирования групповой идентичности, связи между поколениями, что особо значимо на сегодняшний день. Современность связана с размыванием границ, причём не только территориальных, социальных, но и национальных, духовных, с утрачиванием чувства единства, характерного для отдельных социальных групп, общностей, даже государства. Таким образом, историческая память идентифицирует человека как члена определённого сообщества, социализирует и интегрирует, она ориентирует его в процессе осмысления окружающей действительности, предписывает определённую модель поведения и отношения, адаптирует к постоянно меняющемуся миру.

Проблемы исторической памяти и наследия прошлых лет на сегодняшний день и в условиях развития современных информационно-коммуникационных технологий выходят за рамки функционирования архивных учреждений, библиотек, музеев, разрабатываются в различных научных областях, включая социологию, психологию, историю и антропологию. Теории памяти и наследия могут помочь определить, что такое наследие и коммуникация памяти, и придать новый смысл традиционным функциям архивов, библиотек и музеев как институтов памяти [25 лет спустя...].

Роль образов прошлого в развитии и устойчивости социальных систем объясняется концепцией социальной памяти. Её можно определить с двух точек зрения:

- 1) как социальную индивидуальную память, познавательный процесс, на который влияет общий социальный контекст, в котором существует индивид, и, в частности, сообщества, к которым он принадлежит,
- 2) как коллективную память, коллективный процесс развития образов прошлого, в котором участвуют группы индивидов.

Для большинства изыскателей память не обладает свойством незыблемости и неперменной устойчивости – это определённые образы, отношения, забываемые и вновь становящиеся крайне значимыми, наполненные смысловым и эмоциональным

подтекстом. Эти конструкты часто необъективны, связаны как с личным, так и коллективным опытом. Память как особый феномен добавляет к историческому пласту личные воспоминания и ставит под сомнение бесспорную «правдивость» исторических событий.

Существование коллективной репрезентации прошлого основано на нескольких особенностях индивидуальной памяти:

- память зависит от интересов настоящего, а не является механическим воспроизведением прошлых событий;
- воспоминания конструируются в результате взаимодействия человека с окружающей его средой.

На индивидуальные воспоминания влияет членство в сообществах, формирующих среду социальной памяти. Сообщества отличаются общими потребностями и интересами, которые становятся так называемыми «социальными рамками памяти». Люди «вспоминают» события или переживания, которые могли предшествовать их рождению, и эти воспоминания очень похожи в пределах одних и тех же сообществ. Социальные рамки являются теми инструментами, которые используются коллективной памятью для построения образа прошлого, который в каждую эпоху соответствует преобладающим мыслям общества.

В связи с обозначенными выше аспектами, крайне важно обратиться к практическим возможностям сетевого сообщества в рамках формирования, сохранения и распространения исторической памяти. В нашей жизни всё больше и больше доминируют технологии и, как следствие, Интернет. В Интернете мы находим другой мир, который, по сути своей, состоит из перекрещивающихся кабелей и радиоволн, по которым мы посылаем цепочки нулей и единиц, передаваемые и доступные на экранах дисплеев в виде символов и пикселей. Именно через эту систему передаются некоторые из наших наиболее важных личных, политических и деловых сообщений. Наши виртуальные взаимодействия и образы, которые мы культивируем в сети, могут иметь такое же большое влияние на нашу повседневную жизнь, как и любой фактор того, что мы традиционно считаем «реальным» миром. Социальные сети поощряют новые способы общения и обмена информацией, и их начинают использовать не только простые обыватели, но и многочисленные исследователи.

Все сообщества в сети Интернет, в рамках социальных сетей (таких, как «ВКонтакте») являются сетями в том смысле, что они предполагают связи между членами. Но не все сети являются сообществами в прямом смысле слова: сообщество влечёт за собой общий признак, который становится источником идентификации. Эта идентичность создаёт чувство приверженности сообществу в целом, а не только связям с несколькими связующими узлами. Сообщества и сети часто рассматриваются как два разных типа социальной структуры. С этой точки зрения нужно задать вопрос: данная группа является сообществом или сетью? Целесообразно думать о сообществе и сети как о двух аспектах социального структурирования, которые требуют различных форм развивающей работы. Сетевой аспект относится к набору отношений, личных взаимодействий и связей между участниками, рассматриваемых как набор узлов и связей, с его возможностями для информационных потоков и полезных связей. Аспект сообщества относится к развитию общей идентичности вокруг темы, которая

представляет собой коллективное намерение – пусть неявное и распространённое – управлять областью знаний и поддерживать её изучение. Однако для большинства групп эти два аспекта комбинируются по-разному. Сообщество обычно включает в себя сеть отношений. И многие сети существуют потому, что все их участники привержены какому-то совместному предприятию. С этой точки зрения можно было бы задать следующие вопросы: для данной группы, как эти два аспекта переплетаются и интегрируются, как они способствуют сплочённости и функционированию группы, и какой из них имеет тенденцию доминировать для каких участников? И в любой момент времени какой аспект необходимо развивать, чтобы повысить способность группы к обучению? Посредством группы вы привлекаете внимание людей, интересующихся конкретной проблемой или вопросом. То есть заранее устанавливаете определённое ограничение – с точки зрения социологических инструментов, вы определяете характеристики группы, как например, неформальная молодёжная группа (их интересует определённая музыка, они относятся к определённой возрастной категории). Определяются социальные ценности группы, возможности их коммуникации и т. д.

Все эти теоретические аспекты необходимы для понимания роли конкретного сообщества как социального феномена.

Сетевое сообщество «*Дорогие товарищи*»⁵², расположенное в социальной сети «ВКонтакте», представляет собой уникальный феномен, посредством которого репрезентуется, «вспоминается», сохраняется и распространяется историческая память о советском прошлом российского государства. Изначально целью сообщества было объединение пользователей социальной сети, интересующихся советской эпохой. Но не просто событиями данного времени, а прошлом своей семьи, своего города, региона. Идея «Дорогих товарищей» первоначально возникла в связи с тем, что современные Интернет-технологии позволяют «выкладывать» в общий доступ старые фотографии, обсуждать их, комментировать и т. д. Возникает ситуация, когда совершенно НЕЗНАКОМЫЕ ЛЮДИ обсуждают значительный временной промежуток. То есть происходит интеграция, формирование определённой социальной общности. Конечно же, идея исторических и ретро-групп в социальных сетях не нова, в Интернете существуют и функционируют сотни различных сообществ на подобную тематику, и аудитория некоторых достигает нескольких десятков тысяч подписчиков. При создании определённого проекта необходимо было решить несколько вопросов. В первую очередь – территориальные рамки, которые будут обуславливать конкретный выкладываемый материал. В данном случае – город Сыктывкар. Хронологические рамки – эпоха СССР. Очень важно было придумать ёмкое название, которое отражало суть и одновременно объединяло подписчиков. «Дорогие товарищи» – это самое частое обращение в советское время.

Важным аспектом выступил также регламент функционирования сообщества. Каждый день в одно и то же время выкладывается одна фотография из жизни

⁵² Сетевое сообщество «Дорогие товарищи» URL: <https://vk.com/dorogiye.tovarishchi> (дата обращения: 10.10.2022).

советского Сыктывкара. Тем самым, формируется жизненный ритм сообщества, представляя, своего рода живой организм. Расписание было принято аудиторией, возраст которой варьируется от 35 до 80 лет. Пользователи стали не просто комментировать, обсуждать фотографии, они начали участвовать в пополнении базы данных для дальнейшего создания контента.

Количество присланных снимков на данный момент – более 5 тыс. Общее количество подписчиков – 12.5 тыс. человек (5% от населения Сыктывкара). Ключевой фактор, это активность – на данный момент сообщество характеризуется 13.5 млн просмотров и более 100 тыс. комментариев. В среднем на один пост приходится около 8 тыс. просмотров. Можно сделать вывод об эффективной конкуренции исторического сетевого проекта с официальными группами СМИ Сыктывкара (например, у ближайшего по тематике сообщества Национального музея Республики Коми количество комментариев за аналогичное время меньше в 40 раз).

Люди с большим удовольствием оставляют свои воспоминания о том времени и фактах, запечатлевшихся на снимках. Фотографии буквально оживали, когда их комментировали десятки человек. Люди сами создали среду того времени, коллективно генерируя воспоминания. Дома, улицы, магазины, школы – всё приобретало свою историю, рассказанную подписчиками. Более того, люди в группе стали находить друзей детства и соседей по двору старых домов.

За 2 года существования проекта было реализовано несколько направлений:

- проведено 5 фотовыставок из снимков проекта,
- выпуск первого в Сыктывкаре исторического путеводителя в трёх частях,
- создание 5 уроков по истории Сыктывкара для школьников 7–8-х классов, на основе воспоминаний,
- социологическое онлайн-исследование,
- 55 записанных интервью воспоминаний,
- 5 грантов на сумму 4,4 млн руб.

С точки зрения научной сферы, сетевой исторический проект «Дорогие товарищи» позволяет решить несколько основных задач:

- предоставляет исследователям платформу для публикации рабочих документов и получения реакции пользователей сетевого сообщества,
- предоставляет коммуникативную платформу по вопросам исторической памяти,
- предоставляет возможность проведения мониторинговых срезов, социологических исследований и т. д.

«Дорогие товарищи» – это дополнительный инструмент работы с исторической памятью, региональной историей, историей повседневности.

Список литературы

25 лет спустя: СССР глазами молодёжи. Что знают и думают о Союзе те, кто его уже не застал // PRIMPRESS : [сайт]. 26 декабря 2016. URL: <https://primpress.ru/article/9705> (дата обращения: 10.10.2022).

Бобкова М. С. «Historia pragmata». Формирование исторического сознания новоевропейского общества / М. С. Бобкова. М. : ИВИ РАН, 2010. 329 с.

Гаинтбаева С. Аудитория шести крупнейших соцсетей в России в 2020 году: изучаем инсайты / PPC.WORLD : [сайт]. 31.08.2020. URL: <https://ppc.world/articles/auditoriya-shesti-krupneyshih-socsetey-v-rossii-v-2020-godu-izuchaem-insayty/> (дата обращения: 10.10.2022).

Гулыга А. В. Историческое сознание / А. В. Гулыга // Современные проблемы философии истории. Тарту, 1979.

Мысливец Н. Л. Образы прошлого в исторической памяти: теоретико-методологический аспект / Н. Л. Мысливец // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 1. С. 157–164.

Нора П. Всемирное торжество памяти / П. Нора // Неприкосновенный запас. 2005. № 2. URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2005/2/vsemirnoe-torzhestvo-ramyati.html> (дата обращения: 10.10.2022).

Репина Л. П. Время, история, память (ключевые проблемы историографии на XIX Конгрессе МКИН) / Л. П. Репина // Диалог со временем: альманах интеллектуальной истории. Вып. 3. М. : Едиториал УРСС, 2003. С. 5–14.

Хальбвакс М. Социальные рамки памяти / М. Хальбвакс. М. : Новое издательство, 2007. 348 с.

Чёрный В. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2021 // Brand Analytics : [сайт]. 18 ноября 2021. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2021/> (дата обращения: 10.10.2022).



Маслова Татьяна Фёдоровна

Ставропольский государственный педагогический институт,
Ставрополь, Россия.
tatianamaslova@rambler.ru

ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТНОГО МЫШЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ В ИССЛЕДОВАНИИ МЕЖПОКОЛЕННЫХ СВЯЗЕЙ

Аннотация. В статье даётся комментарий ответов на вопросы, полученных в ходе исследования межпоколенных связей и указывающих на выраженность проектного мышления жизнедеятельности студенческой молодёжи региона. На основании полученных данных представляются обобщенные показатели проектного мышления респондентов, связанные с наиболее важными аспектами жизни и социальных отношений: идеальные и реальные качества личности, общества, выраженность связи с Родиной в жизненных стратегиях; диспозиции в отношении семьи и государства, другим людям и другие.

Ключевые слова: проектное мышление, жизненные планы, идеальные представления, качества поколений

Maslova Tatyana F.

Stavropol State Pedagogical Institute,
Stavropol, Russia.
[tatianamaslova@rambler](mailto:tatianamaslova@rambler.ru)

INDICATORS OF PROJECT THINKING OF STUDENTS IN THE STUDY OF INTERGENERATIONAL RELATIONSHIPS

Abstract. The article provides a commentary on the answers to the questions obtained during the study of intergenerational relations, and indicating the severity of the project thinking of the life of the student youth of the region. Based on the data obtained, generalized indicators of the respondents' project thinking related to the most important aspects of life and social relations are presented: ideal and real qualities of the individual, society, the severity of the connection with the homeland in life strategies; dispositions in relation to the family and the state, other people and others.

Keywords: project thinking, life plans, ideal ideas, qualities of generation

Под проектным мышлением чаще всего рассматривается система аналитических, преобразовательных, прогностических, композиционных действий, направленных на преобразование научного знания в программу и технологию создания продукта. Но понимание общества осуществляется как с применением научных методик, так и через специфическое мировосприятие, основанное на опыте социальных связей и отношений субъекта. Это значит, что проектное мышление присуще личности в силу преобразующего, мироизменяющего бытия самого человека. При этом продуктом может выступать некий образ будущего важных для него процессов, явлений общественной и личной жизни. Рассмотрение проектного мышления в контексте межпоколенных связей отражает своеобразную квинтэссенцию опыта жизнедеятельности поколений; позволяет выявить особенности и «проблемные зоны» мировосприятия, предугадать стратегии и риски поведения в межпоколенной среде, оперативно реагировать на них, оптимизировать ресурсы.

Поколения людей, представляющих индивидов и групп приблизительно одного возраста, одного и того же времени в траекториях своих размышлений о настоящем и будущем описывают и предъявляют проектное мышление как некоторую вполне определённую реальность. Субъекты обращаются к проявлениям наиболее значимых состояний бытия, к их желанным преобразованиям.

Результат исследовательского проекта «Культурное наследие и связь поколений» с участием студентов Ставропольских вузов⁵³, позволяют определить степень выраженности некоторых показателей проектного мышления жизнедеятельности студенческой молодёжи региона в ответах на поставленные исследователями вопросы. В их число включены следующие:

- Каковы личные качества людей должны быть в идеальном обществе?
- Каково обеспечение государством прав граждан в идеальном обществе?
- Каковы положительные и отрицательные качества различных поколений?
- В каком именно историческом времени вы бы предпочли жить?
- После получения образования вы планируете жить и работать в стране, гражданином которой вы являетесь, или уехать за рубеж?
- О какой возможной стране для переезда идёт речь?
- Какую вы лично предпочли бы создать семью?
- Каким должен быть герой/героиня сегодняшнего дня?

Остановимся на интерпретации некоторых ответов, отражающих представления молодёжи об идеалах и реальности.

Так, в вопросе о желаемых личных качествах людей, от 72 до 75% респондентов выделили следующие: взаимопомощь; доверие к другим людям; соблюдение моральных норм; надёжность дружбы; верность в браке; трудолюбие; уважение к старшим, к молодым; знание истории, традиций, языка своего народа; товарищеские отношения на работе. Личный успех предпочли 57%, личную выгоду – 39,6%.

Главное же качество «идеального типа» героя и героини, судя по большинству голосов, – честность и доброта: от 23,1% до 30% на фоне множества других.

Очевидно, что некоторые показатели коррелируют с оценками качеств, свойственных поколениям родителей; наибольшая позитивная выраженность (особенно по части «благополучие для всех») в оценках поколения бабушек, дедушек. Это позволяет говорить о тенденциях в той или иной мере преемственности ценностей, с одной стороны, и их разрыве, с другой. Последнее отражено, например, в «портрете» своего поколения. Подавляющее большинство респондентов (более 80%) среди отрицательных качеств назвали: «индивидуализм», «самовлюблённость», «лень», при отсутствии или малочисленности таких оценок у других поколений.

Анализ ответов также показал, что по ряду позиций отмечается существенный разрыв оценок между идеальными образами будущего общества и реальностью. Например, доверие к другим людям должно быть в идеальном обществе, по мнению 74,8%, а в обществе, «в котором мы живём», это присутствует с точки зрения

⁵³ Исследование проведено в апреле-мае 2022 года методом опроса. Опрошено 911 студентов СГПИ и СКФУ в г. Ставрополе.

54,2% респондентов. Доминирование личной выгоды в современном обществе отметили 76,8%, тогда как в идеальном обществе его одобряют 39,6%.

Наибольшее сближение по количеству ответов даёт «Свобода сексуальных отношений». 61,4% считают это приемлемым в идеальном обществе; 58,3% – оценивают этот показатель как современную реальность.

Выраженность связи с Родиной в жизненных стратегиях студентов подтверждается у 62,6% опрошенных, которые не собираются её покидать после получения профессионального образования. 87,9% считают, что «необходимо прилагать все усилия, чтобы сохранить народную культуру и передать её нашим потомкам».

Подавляющая часть участников опроса отметили проблемы и предпочтения жизнеустройства в своём государстве по ряду показателей. А именно.

Равная оплата за равный труд – знак идеального государства для 82,3% опрошенных; в современной реальности её видят 37,2%.

По поводу достойной оплаты труда показатели идеального и реального представлены в соотношении: 85% и 35,7%; достойной пенсии – 82,2% и 36,0%.

С точки зрения более 80,2% молодых респондентов, в идеальном государстве должна быть сильная экологическая политика и экономическая стабильность.

Несмотря на разницу количественных показателей в оценках реальности и идеальных представлений, отвечая на вопрос о предпочтительном для жизни времени, 39,7% указали «сейчас и только сейчас»; 17,1% – в дореволюционной Российской империи; 16,5% пожелали оказаться в будущем «когда вырастет новое поколение».

При этом представления о будущей семье связываются с формальными признаками, сложившимся в системе социальных отношений. Критерий создания семьи «с любимым человеком» отметили лишь 2,5% опрошенных.

Главными же основаниями выступили: «с представителем своей национальности», «с представителем того же вероисповедания», «одного возраста», «одного уровня образования»: 47,0% – 22,2%

Таким образом, анализ данных исследования представляет показатели оценки проектного мышления жизнедеятельности студентов, куда входит выраженность связи с Родиной в жизненных стратегиях; диспозиции в отношении семьи и государства, представления об идеальном обществе, герое сегодняшнего времени и другие.

Список литературы

Сауренко Н. Е. Оценка сфорсированности проектного мышления у студентов / Н. Е. Сауренко, В. В. Сериков // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2015. № 7 (102). С. 49–55.



Широкалова Галина Сергеевна
Приволжский филиал ФНИСЦ РАН;
Нижегородский государственный лингвистический
университет им. Н. А. Добролюбова,
Нижний Новгород, Россия.
shirokalova@list.ru

КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ. НУЖНО ЛИ ОНО «СЛУЖЕБНЫМ ЛЮДЯМ»?

Аннотация. Проблемы сохранения человечеством традиционного культурного кода всё чаще становятся предметом исследования учёных. Международная активность антиглобалистов помогает решать ряд конкретных задач, направленных на гуманизацию общества, сохранение среды обитания, реже – национальной культуры. Их опасения разделяет часть населения планеты, но незначительно число тех, кто предпринимает активные действия, чтобы противостоять процессу самоуничтожения человечества через превращение в биороботов – подвиды «служебных людей». Социальная солидарность появляется в основном тогда, когда ущемляются права на удовлетворение потребностей сегодняшнего/завтрашнего дня, но не отдаленного будущего, формированию которого способствует «синдром Ильи Муромца».

Ключевые слова: культурное наследие, «служебные люди», постчеловечество, «синдром Ильи Муромца»

Shirokalova Galina S.
Volga Branch of FCTAS RAS;
Nizhny Novgorod State Linguistic
University named after N. A. Dobrolyubov,
Nizhny Novgorod, Russia.
shirokalova@list.ru

CULTURAL HERITAGE. DO «SERVICE PEOPLE» NEED IT?

Abstract. The problems of preserving the traditional cultural code by mankind are increasingly becoming the subject of research by scientists. The international activity of anti-globalists helps to solve a number of specific tasks aimed at the humanization of society, the preservation of the habitat, less often – national culture. Their concerns are shared by a part of the world's population, but a small number of those who take active actions to resist the process of self-destruction of humanity through the transformation into biorobots – a subspecies of «service people». Social solidarity appears mainly when the rights to meet the needs of today/ tomorrow are infringed, but not the distant future, the formation of which is facilitated by the «Ilya Muromets syndrome».

Keywords: cultural heritage, «service people», posthumanism, «Ilya Muromets syndrome»

Согласно предложению Совета по межнациональным отношениям и взаимодействию с религиозными объединениями при СФ Федерального Собрания РФ, 2022 год был объявлен в России Годом народного искусства и нематериального культурного наследия народов. Сложная этноконфессиональная структура России всегда требовала повышенного внимания к проблемам национальных отношений. Но насколько народная культура способна остановить/предотвратить/замедлить, процессы, предсказанные «Манифестом безнационалистов», объявивших в начале XX века целью создание безнациональных государств и некой общей для всех

культуры? [Симонов, 1995]. Эту проблему предлагаем рассмотреть в более широком масштабе с опорой на современные технологии формирования культурного кода наций.

Тренд на унификацию является преобладающим в современном мире и для молодёжи особенно очевиден и приемлем. Рост противодействия ему традиционалистов разных стран пока мало заметен в общественном дискурсе. О разрушительных для культуры последствиях глобализации написаны сотни трудов. Утратой национальной специфики озабочены и некоторые предприниматели. В ряде случаев это не сетование по поводу смены культурного кода, но и практическая работа по его восстановлению. Приведём в пример позицию К. А. Бабкина, Российского предпринимателя, председателя Федерального Совета ВПП «Партия Дела», президента ООО «Новое Содружество» и ассоциации «Росспецмаш», председателя Совета ТПП РФ по промышленному развитию и конкурентоспособности: «Не случайно и то, что уже давно из телевизоров, из книг, из культурной повестки выпал человек труда. Есть блогеры, есть проститутки, есть Ксения Собчак, а человека труда нет. И мы подумали, что, может, создать такой фестиваль, в котором участвовали бы художники, чтобы их приглашать на производственные площадки, заводы, чтобы они рисовали и показывали – что индустрия есть, жива, там работают настоящие люди. Такую инициативу выдвинули, и оказалось, что поддержка очень серьёзная. И вот уже шестой год мы проводим фестиваль «Время, вперёд!». В этом году представлено порядка 800 картин. Запрос общества на оздоровление культуры и культурной политики есть, и проявление такого запроса – это успех фестиваля «Время, вперёд!» [Какая экономика, 2022].

Как говорят в подобных случаях: ключевым словом в цитируемом тексте является «человек труда». Культура труда, ответственность за его результаты – тема в российских реалиях актуальнейшая для работодателей и экономики в целом, но игнорируемая большой политикой. Спасибо ТВ, что через специальные передачи предупреждает граждан о фальсификатах «продукции». Но эту «продукцию» выпускают на российских предприятиях российские рабочие, а в школах и вузах российские преподаватели, в условиях выживания поневоле/по своей воле превращающие страну в территорию обмана. Мораторий на проверки предприятий увеличил количество суррогатов на полках магазинов, что очевидно всем, но список пострадавших сфер гораздо шире. Скажем, если министром обороны ядерной державы назначается «продавец мебели», то почему не может возглавлять сельскохозяйственный вуз кандидат педагогических наук с опытом работы завучем в районном колледже?

Эти примеры подготавливают ответ на вопрос: с каким культурным кодом нужен современным государствам работник любой профессии, любого статуса? Ответ на него можно получить, анализируя выступление директора «Курчатовского института» М. В. Ковальчука в Совете Федерации в 2015 г.⁵⁴ В докладе он затронул тему, которая игнорируется обществоведами. Приведём несколько цитат: «Сегодня

⁵⁴ Выступление директора Курчатовского института М. Ковальчука в Совете Федерации // YANDEX / VIDEO поисковая система. 30.09.2015 URL: <https://yandex.ru/video/preview/15236146509589510018>. 30.09.2015 (дата обращения: 01.11.2022);

возникла реальная технологическая возможность выведения «служебного» подвида людей, и этому помешать уже не может никто, это развитие науки, но это по факту происходит. И мы с вами должны понимать, какое место в этой цивилизации мы можем занять». Были названы и свойства нового антропологического вида сапиенса: «Свойство популяции «служебных» людей очень простое – ограниченное самосознание, и когнитивно это регулируется элементарно, мы с вами видим, уже это происходит. Вторая вещь – управление размножением. И третья вещь – дешёвый корм, это генно-модифицированные продукты. Это тоже уже всё готово».

Предупреждение о близком будущем – не российская «страшилка» о механизмах создания ложной картины мира для российского обывателя: «...надо шаг за шагом, в-первых, менять самосознание, как бы приучать людей, что не надо размножаться и продолжать род и так далее, убирать национальные особенности. Вот это сказано сначала президентом Всемирной организации здравоохранения, правой рукой Рокфеллера, а затем – в Меморандуме национальной безопасности США № 200 1974 г. в котором написано, что это надо делать так, чтобы страны не поняли, что это стало происходить. И вот смотрите, что сегодня происходит? Слом системы базовых моральных принципов фактически (это ключевой вопрос) и создание альтернативных ценностей, которые не вписываются в настоящую жизнь» [Выступление... 2015]. Но, пожалуй, впервые перед органами высшей власти вопрос был сформулирован предельно однозначно: какова её позиция на вызов создания человеческого подвида – служебного человека. Как положено по регламенту, В. И. Матвиенко поблагодарила докладчика за содержательное выступление. Что же касается вопроса об отношении к формированию «служебного человека», ответ надо искать в оценках реалий жизни. С этой темой М. В. Ковальчук выступал и в других аудиториях: перед военными, студентами, доказывая, что «Интернет – это цифровой ГУЛАГ», куда «люди приходят сами и комфортно там живут» [Выступление... 2021], добровольно становясь «служебными людьми».

Ковальчук прав: в мире действительно отработаны технологии подавления способности человека к критическому мышлению, разрушения нравственности ради финансовой выгоды, сиюминутного комфорта. «Удовольствие превыше всего» – девиз для многих, такие работники выполняют любое задание, они без сомнения удобны. Многие технологии формирования «служебного подвида» очевидны, известны и успешно апробированы. Старшему поколению памятен лозунг Б. Ельцина на выборах 1996 г. «Голосуй сердцем», и это не самый изощрённый элемент механизма воздействия на сознание людей. «Ковидная пандемия» показала пример управления массами уже в мировом масштабе [Широкалова, 2020].

Среди тех, кто выступает против формирования «постчеловечества», наиболее доказательна позиция д. филос. н. В. А. Кутырева [Кутырев, 2019]. Его работы известны профессионалам, но насколько осознаётся проблема людьми, погруженными в ежедневные хлопоты элементарного выживания, тревожит ли их угроза стать подвидом «служебного человека»?

Выступление Ковальчука представлено в Интернете. Но, при всей распространённости социальных сетей, подобные сайты посещает ничтожное меньшинство наиболее обеспокоенных глобальными политическими проблемами. Как

воспринимают данную информацию не знающие о подобных прогнозах, мы проверили на студентах. В рамках учебного курса выступление М. В. Ковальчука было показано заочникам, после чего они записали своё отношение к возможности формирования «служебного человека» в будущем. Результаты не претендуют на региональную, а тем более российскую репрезентативность, но позволяют выявить точки «бифуркации», на основе которых можно разрабатывать программу дальнейших исследований.

Ответы разделились на 3 группы. *Первая* приняла доказательства неизбежности данного процесса, приведя ряд аргументов. *Вторая* придерживается позиции: да, мы пока пассивны, но если, то... *Третью* возмутило отрицание у человека свободы воли.

Приведём наиболее типичные рассуждения тех и других, начав с «пессимистов». «Директор Курчатовского института М. Ковальчук затронул тему высокотехнологических исследований в области человеческого развития. «Человекоформирование» – это была идея-фикс фашистских государств⁵⁵. Люди-боги, избранная нация и люди-рабы. Сейчас эта идея, к сожалению, возрождается. Только принимает более утончённый, скрытый характер. И, на мой взгляд, этому способствует формирование недалёкого, глуповатого, толерантного ко всему человека-потребителя.

Многие из нас не задумываются, когда смотрят по телевидению, интернету красивую рекламу различных товаров, услуг, лекарств и пр., что попали в качестве маленького винтика в сложный и неотвратимый механизм потребления всего вышеуказанного. Я считаю, что 21-й век, к сожалению, будет сформирован на глобальной идее потребления. Людей отучают самостоятельно думать, творить и созидать. Потребление касается не только материальных продуктов жизнедеятельности человека, но и духовных. Обесцениваются и шельмуются самые важные человеческие ценности – семья, патриотизм, любовь. Всё подменяет скользкое и размытое понятие – толерантность. Кто не толерантен – изгой.

Сегодняшняя Европа «толерантна» ко всему, включая даже многие сферы своей общественной, политической и экономической деятельности. Европу заполнили толпы беженцев из Африки с чуждой ей культурой. Полезно ли это ей? Вряд ли. А кому это полезно? Ответ напрашивается сам собой – тем, кто находится далеко, за океаном и кому выгодно ослабить объединённую Европу. Это США.

Более того, общеизвестно, что вокруг России, которая противится такой «толерантности» и сохраняет свой государственный суверенитет, разместились многочисленные исследовательские лаборатории на территории «дружественных» США государств (Польша, Грузия, Украина и пр.). Чем они занимаются? Почему так близко к России? Вопросов много».

Аргументы второй группы респондентов основываются на «синдроме Ильи Муромца»: русские всегда ждут «критической точки», но потом побеждают... Итак: «По выступлению Ковальчука М. В. в 2015 году на данный момент могу сказать, что многое, что он сказал, вызывает у меня интерес, и некоторые его мысли вызывают агрессию. Слегка перечислю: природоподобие, заменители, изменение сознания,

⁵⁵ Выступление Ковальчука М. В. на Международном военно-техническом форуме // YANDEX / VIDEO поисковая система. 18.06.2021. URL: <https://yandex.ru/video/preview/1684076437786687535>. (дата обращения: 01.11.2022).

управление размножением, дешёвый корм ГМО продуктами... И это далеко не все факторы, которые вызывают раздражение и внутренний дисбаланс.

Но, если подумать, то это возможно сделать с обществом, которое не заинтересованно ни в чём, кроме как в удовлетворении своих потребностей. Говорить, что кто-то виноват и тыкать пальцем бессмысленно, так было и так будет всегда. Да, мы общество потребителей, и, возможно, мы сами позволим себя чипировать, но пока у нас есть выбор или подобие выбора. Мы, как всегда, будем «лежать на печи «... но стоит у нас отнять выбор или свободу, ни один чип или заменитель не сможет помочь сдержать тех, кого считают «последним сортом», «служебным человеком», «стадом».

И как всегда... моё любимое... противоречия! Вроде человек говорит красиво и заявляет, что всё возможно, но не говорит: «КАК?» В данном случае имеет место и синдром функциональной неграмотности студента: у Ковальчука чётко названы «приводные ремни» формирования «служебного человека», более того, автор их перечисляет, одновременно упрекая докладчика в том, что он не ответил на вопрос о механизме «выведения такого человека».

Аргументы «оптимистов» строятся на эмоциях: *«Выступление Михаила Ковальчука мне не понравилось, так как он говорил один абсурд. Начнём с того, что новый подвид человека – служебный человек – никогда не возникнет, ну, по крайней мере, в ближайшие 100–200 лет. Потому что это очень длительный процесс изменения всему человечеству сознания, моральных принципов, каких-то убеждений. В конце концов, человек – это разумное существо, это личность, а не собака, которую можно дрессировать. Если человек действительно в чём-то убеждён, то потребуются много усилий и времени, чтобы поменять ему мнение. Да, есть, конечно, такие люди, у которых нет своего мнения и им легко что-то навязать, но их очень мало.*

Мне очень не понравилось такое его высказывание: «...фактическое сокращение рождаемости путём внедрения в массовое сознание представлений, противоречащих естественным». Рождаемость сократилась потому, что люди поняли, что рожать по 7–8 детей – это глупо. Что сначала надо встать на ноги, научиться обеспечивать себя и лишь потом рожать детей. Также рождаемость снизилась из-за плохой экологии. Много кто бесплоден в связи с плохой окружающей средой, из-за большого количества загрязнений в воздухе».

Как уже говорилось, задача выявления количественного соотношения групп не ставилась. Но очевидно, что чётко структурированная информация Ковальчука не вызвала шока; в той или иной степени большинство подозревает об этих процессах и свыклось с их неизбежностью, осознавая направленность, а некоторые и неизбежность озвученного результата. Позиция второй-третьей групп может быть объяснена с психологической точки зрения: сознание вытесняет негативную информацию ради комфортности здесь и сейчас. Ни у одного человека не возникло вопроса: Что делать? Что я могу сделать?

Есть ли социальные силы, которые способны остановить процесс формирования «служебного подвида» людей? По нашему мнению – нет. Можно солидаризироваться с В. А. Кутыревым, что максимально чего можно желать – это лишь замедлить процесс биороботизации. Но даже для торможения этого процесса нет реального социального

актера, ни в мире, ни в России. «Синдром Ильи Муромца» знаковая «болезнь» общества потребления. В России он проявляется в бытовых разговорах, социальных сетях как реакция на очередное ограничение прав – виртуальный протест, но не более. Синдром «как только, так сразу» стал комфортной формой самооправдания, в чём человек всегда очень талантлив.

Однако вернёмся к Году национальной культуры. Согласно программе преобразований антропологического кода человека, необходимо разрушение национальной культуры. Но здесь требуется уточнение: морального стержня – да, но не «фольклорной» составляющей. И «служебному человеку» нужны внеслужебные занятия для восстановления сил. Народные культуры могут выполнять эту функцию: иллюзия погружения в прошлое, единения с «предками» и одновременное осознание своего превосходства над ними... Две, казалось бы, несовместимые традиции вполне могут дополнять друг друга, развиваясь в одном направлении: не случайно музееведение и туризм свою деятельность всё чаще основывают не на науке, а мифотворчестве. Поддержка национальных культур в «религиозно-фольклорно-песенно-танцевальном виде» становится востребованным трендом и, более того, обеспечивает интерес к «импортозамещению» внутренними туристическими потоками, что оставляет значительные финансовые средства в России [Джанджугазова, 2022]. Но на восстановление «кода культуры труда», являющегося стержнем суверенности, у государства нет средств.

Список литературы

Джанджугазова Е. Внутренний туризм в России вырастет на треть / RG.RU : [сайт]. 29 августа 2022. URL: <https://p/2022/08/09/reg-cfo/kurorty-ustupili-mesto.html> (дата обращения: 01.11.2022).

«Какая экономика – такая и культура». Почему нас «отменяют»? // Московский Экономический Форум : [сайт]. 6 апреля 2020. URL: https://me-forum.ru/media/news/15648/?utm_medium=email&utm_source=Unisender&utm_campaign=РАФ (дата обращения: 01.11.2022).

Кутырев В. А. Деконструкция мужской и женской субъектности как род(к)овой фактор возникновения на Земле безжизненного постчеловека / В. А. Кутырев // Философия хозяйства. 2019. № 5 (125). С. 157–174.

Симонов И. В. Э. Ланти: «Безнационализм», эсперантизм, антидогматизм / И. В. Симонов // Семейный архив : [сайт]. 20 июня 2009. URL: <http://www.domarchive.ru/history/general-help/10474> (дата обращения: 01.11.2022).

Широкалова Г. С. Коронавирус и «служебные люди» / Г. С. Широкалов // Философия хозяйства. 2020. № 3. С. 235–252.



Юсупов Муса Мовлиевич

Чеченский государственный университет им. А. А. Кадырова

Грозный, Россия.

musa_y17@hotmail.com

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ ПОКОЛЕНИЙ

Аннотация. В статье рассматривается отношение студенческой молодёжи региона к народной культуре, развитию межпоколенческих связей в системе социокультурной коммуникации. Предмет исследования – представления студентов о культурном наследии и коммуникативной взаимосвязи поколений. В исследовании применялся социокультурный и деятельный подход при анализе региональных данных Всероссийского социологического опроса. Выявлены ценностные установки и позиции студентов относительно знания и сохранения народной культуры, определена типология идентичностей на основе ценностных предпочтений. Охарактеризованы индивидуальные положительные качества в разрезе трёх поколений, выделены наиболее авторитетные субъекты влияния.

Ключевые слова: поколение, социокультурная коммуникация, ценности, традиции, обычаи, студенты, сохранение, преемственность

Yusupov Musa M.

A. A. Kadyrov Chechen State University,

Grozny, Russia.

musa_y17@hotmail.com

SOCIO-CULTURAL COMMUNICATION ACROSS GENERATIONS

Abstract. This article examines the attitude of students in the region to folk culture, and the development of intergenerational links within the system of socio-cultural communication. The research focuses on students' perceptions of cultural heritage and intergenerational communication. Method. The research is based on the socio-cultural and activity approach, the method of analysis of regional data of the All-Russian sociological survey. Result. The value orientations and attitudes of the students towards knowledge and preservation of folk culture were identified. The typology of identities was defined on the basis of value preferences. The individual positive qualities in the context of three generations are characterized, the most authoritative influences are highlighted.

Keywords: generation, socio-cultural communication, values, traditions, customs, students, preservation, continuity

Введение

Современный мир характеризуется глобализацией и непрерывной модернизацией многих сфер экономической, социальной и культурной жизни. В последнее десятилетие протекает интенсивный процесс цифровизации общества, использования сквозных технологий и цифровых инструментариев в различных отраслях экономики, управлении и в образовании, а также в коммуникации индивидов и групп.

Проблема состоит в исторической потребности сохранения специфики национально-этнической культуры и складывающейся тенденции унификации многих форм социокультурного общежития. В статье предпринята попытка выявить ценностное отношение студенческой молодёжи к этнической и гражданской культуре, степень адаптации традиций и обычаев и их носителей к новым жизненным реалиям.

Объект исследования: студенты Чеченской Республики.

Предмет исследования: представления студенческой молодёжи о культурном наследии и взаимосвязи поколений в системе социокультурной коммуникации.

Цель: выявить ценностное отношение к традициям и обычаям, степень открытости к другим культурам, уровень связи между поколениями.

Научная новизна исследования выразилась в изучении ценностного отношения студенческой молодёжи к национально-этнической культуре в регионе, пережившем социальный сдвиг в результате длительного конфликта, разрушений инфраструктуры, разрыва связей поколений, а теперь пребывающем в условиях возрождения.

Материалы и метод. В исследовании использовались социокультурный и деятельный подходы при анализе социологических показателей. В качестве инструментария применялась анкета по теме «Культурное наследие и связь поколений», разработанная инициативной группой РОС. Операционализация основных понятий «культурное наследие» и «связь поколений» произведена выстраиванием разных тематических блоков переменных. Ценностное отношение к традициям и обычаям измерялось через переменные, раскрывающие содержание и функциональность ключевых понятий «должен», «сохранение».

Данные опроса в Чеченской Республике представляют собой сегмент Всероссийского социологического исследования, проведённого под руководством, РОС. Выборка исследования случайная, всего опрошено 302 студента, обучающихся в трёх вузах: Чеченский государственный университет (ЧГУ) им. А. А. Кадырова, Грозненский государственный нефтяной технический университет (ГГНТУ) им. академика М. Д. Миллионщикова, Чеченский государственный педагогический университет (ЧГПУ). Среди опрошенных студентов 1–3 курса – 83,4%, 4–5 курса – 15,2%, магистрантов и аспирантов – 1,4%, гуманитарной специализации – 56,3%, социально-экономической – 17,2%, технической – 14,6%, естественнонаучной – 6,6%, другой – 5,3%.

Опрос проводился через интернет-ресурс, анкета была размещена на платформе Googl.

Обзор.

Проблемы сохранения и развития культуры, межпоколенческой преемственности волновали многих мыслителей и исследователей в разные эпохи. Различные стороны этой проблемы рассматриваются в публикациях зарубежных и российских авторов. В них, например, выявляется тесная связь социальной трансформации и межпоколенческих отношений [Стародубровская, 2019: 111].

Каждое новое поколение молодёжи ориентируется на ценности и традиции, сложившиеся в обществе. Именно традиционные духовные ценности и нравственные идеалы являются заслоном бездуховности и нравственной деградации. [Невлев, 2015: 68].

В отдельных исследованиях обнаружена внутрисемейная корреляция, преемственная связь между показателями интеллекта родителей и детей, а также чертами их культурного облика [Gauly, 2017].

Обращается внимание на возможность появления разрыва между поколениями по причине миграции на другие территории, роста урбанизации, резкого изменения образовательного уровня молодого поколения [Лебедева, 2018: 138]

Разительные перемены происходят, когда рушится политический режим и всё население подвергается процессу ресоциализации, меняется мышление, система норм и ценностей, граждане усваивают новые зарождающиеся ценности. [Pop, 2010]. Однако разрыв между поколениями увеличивают не только радикальные социальные изменения, но и новые информационные технологии. Сегодня очевиден разрыв между поколениями «дедов» и «внуков», поколение «родителей» в большей степени приобщено к новым коммуникативным технологиям. В России этот разрыв совпал с глубокими экономическими и политическими трансформациями [Бритвина, 2014: 112].

При всех социальных переменах семья является главной ценностью для молодых и пожилых. В ответах на вопрос о самых значимых человеческих ценностях называются: семья, здоровье, дружба, мир, достаток, образование [Шилова, 2016: 145].

Результат и обсуждение.

Вся история человечества представляет собой смену поколений, каждое поколение выступает наследником социокультурного опыта предыдущего поколения. Процессу смены поколений присуща тенденция непрерывности и прерывности, преемственности и разрыва. трансмиссия культурных ценностей. При этом в каждом регионе эти изменения имеют своеобразие, выражающееся в разном соотношении традиционного и современного в социокультурной общности.

В исследовании выяснялось отношение студенческой молодёжи к знанию современным человеком культуры своего народа. Свыше трёх четверти респондентов полагают, что такие знания необходимы при заинтересованности в сохранении своей этнической культуры. Более пятой части опрошенных открыты к духовному обогащению, считают важным ориентироваться и в культурном наследии других народов. Космополитизм проявили 4% опрошенных студентов, на их взгляд, культуры отдельных народов давно потеряли актуальность.

Таким образом, две трети студентов выразили этноцентризм, устойчивую этнокультурную идентичность, открытость, интерес к другим культурам проявили 23,8% опрошенных студентов, этнический нигилизм – 4%.

Значительная часть молодёжи привержена активной позиции по сохранению народной культуры, чуть более четырёх пятых респондентов считают необходимым прилагать усилия для её сохранения и трансляции потомкам. Народную культуру считают пережитком прошлого и склонны к переходу в другую, более интересную и важную культуру – 7,6%. Затруднились определиться с ответом – 7,9%.

В опросе предусматривалось определить иерархию важности сохранения социокультурных ценностей. Ядро важных и подлежащих сохранению традиций образуют (70–83,4%): национальная кухня, семейные традиции, традиционные религии, похоронный обряд, главенство старшего в роду. Срединную часть занимают (54,3–65,2%): главенство мужчины в семье, равенство мужчины и женщины в семье, свадебный обряд, традиционное крещение и обрезание. Периферию представляют (50,0–35,4%): народный костюм, народные танцы, народные песни.

В разных жизненных ситуациях советы родных используют часто в вопросах организации быта, выборе профессии, приобретении личных вещей, реже относительно внешних событий, выборе друзей, использования свободного времени.

Авторитетным является в разных жизненных ситуациях для принятия решений, прежде всего, собственное мнение (72,5%–84,4%), например, в выборе друзей, профессии, выстраивании отношений с людьми и другие, преподавателей (4,3–9,6%), друзей (8,3–17,5%), блогеров (0,3–2,3%), рекламодателей (0,3–1,3%).

Студентам предлагалось определить положительные качества (всего 21) в разрезе трёх поколений, такие, как ответственность, гордость, взаимопомощь, доброта, добросовестность и другие, были отнесены старшему поколению, деда/ бабушки (85,4%–72,7%), затем по убавлению поколению отцов и матерей и настоящему поколению. В свою очередь, чувство юмора, гибкость, социальная активность менее присуща дедам и бабушкам, чем родителям и детям (59,1–55,5%).

В других массовых социологических исследованиях, проводимых из года в год, также фиксируются базовые ценности у всех поколений россиян [Нарбут, 2017:65].

Заключение.

В региональной общности сильно выражена традиционная культура и национально-этническая идентичность, предрасположенность к сохранению народной культуры и трансляции её следующим поколениям. По основным социокультурным ценностям существует согласие и единство. Отдельные элементы культуры, как показывает исследование, ослабли, не очень востребованы, например, национальный костюм. Более двух трети населения проживает в сельской местности, социокультурная коммуникация трёх поколений, особенно в кругу родственников, протекает через личные контакты. Молодым, по данным опроса, служит авторитетом старшее поколение, ему больше всего приписываются положительные качества. В то же время молодые включены в виртуальный мир, социальные сети, общаются со сверстниками, используя различные приложения в телефоне. В этом смысле информационные технологии как бы образуют линии коммуникационного разрыва между старшим и младшим поколениями. В перспективе необходимо периодически отслеживать культурные изменения посредством изучения влияния цифровизации коммуникации на взаимосвязь поколений.

Список литературы

Бритвина И. Б. Трансформация культурных практик: коммуникации между поколениями / И. Б. Бритвина // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2014. Т. 126, № 2. С. 111–117.

Лебедева Л. Г. Социальное государство в социологическом зеркале преемственной связи российских поколений / Л. Г. Лебедева. Л. В. Орлова // Вестник Самарского муниципального института управления. 2018. № 4. С. 133–139.

Нарбут Н. П. Ценностные ориентации и социальное самочувствие студенчества: результаты исследовательского проекта: монография / Н. П. Нарбут, И. В. Троцук. М. : РУДН, 2017. 400 с.

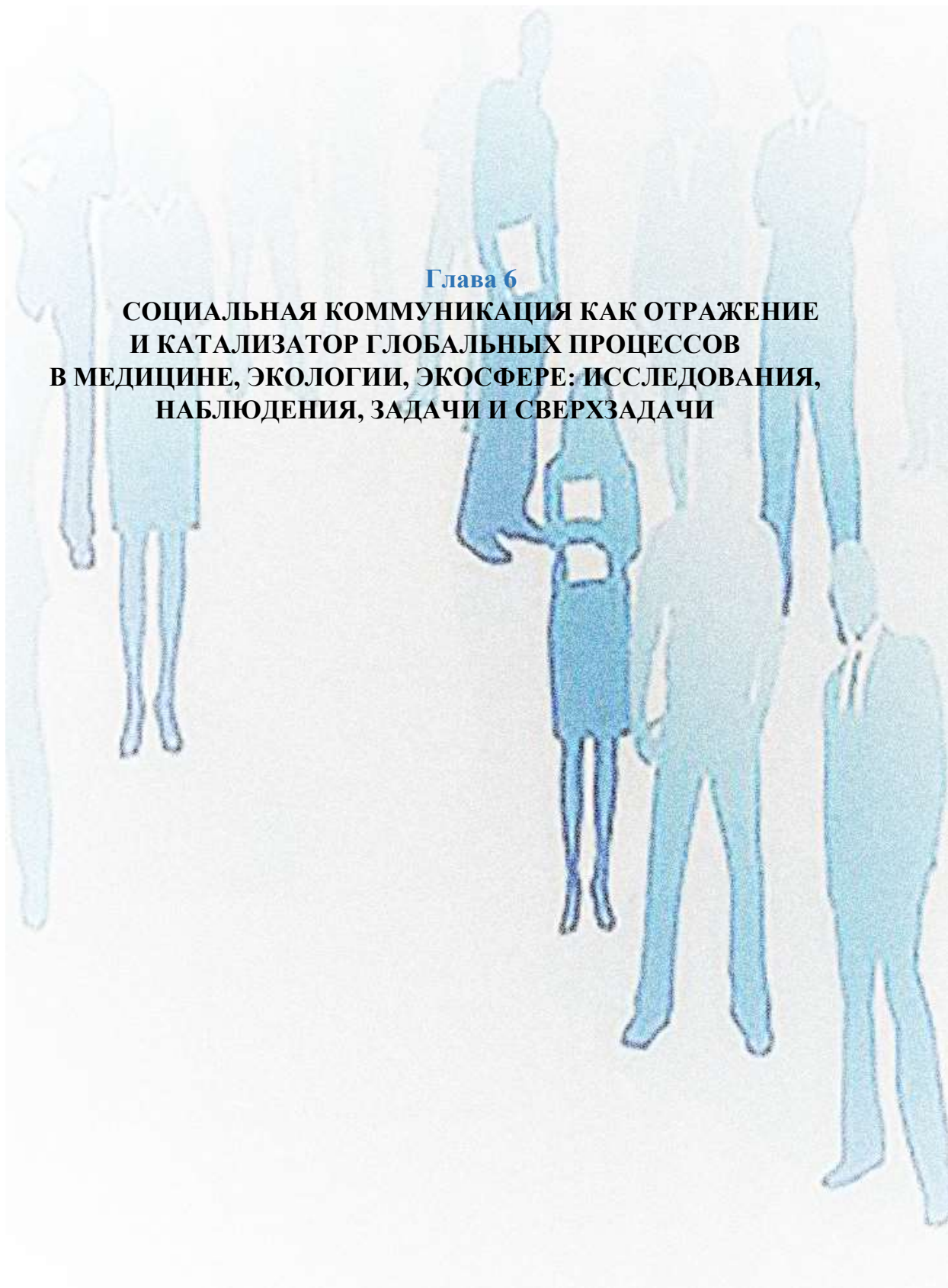
Невлев И. М. Духовная связь поколений через ценности православия / И. М. Невлев // Научные ведомости. Серия Философия. Социология. Право. 2015. № 20 (217). Вып. 3. С. 68–72.

Стародубровская И. В. Межпоколенческие отношения и социальные трансформации на примере Северного Кавказа / И. В. Стародубровская // Социология власти. Т. 31, 2019. № 1. С. 92–113. DOI 10.22394/2074-0492-2019-1-92-113.

Шилов В. В. Ценностные ориентации двух поколений (по результатам социологического опроса) / В. В. Шилов, М. Н. Семенова, Т. Н. Сергеева // Власть. 2016. Т. 24, № 2. С. 141–148.

Gauly B. The Intergenerational Transmission of Attitudes: Analyzing Time Preferences and Reciprocity // Journal of Family and Economic. 2017. Iss. 38 (2). Pp. 293–312. DOI 10.1007/s10834-016-9513-4.

Pop L. Parents and children: communist mindsets reflected in the primary political socialization of young people in Romania today. Studia Politica: Romanian Political Science Review. 2010. № 10 (4). Pp. 657–708. URL: https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/44667/ssoar-studiapolitica-2010-4-pop-Parents_and_children_communist_mindsets.pdf?sequence=1 (дата обращения: 10.10.2022).



Глава 6

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ И КАТАЛИЗАТОР ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ В МЕДИЦИНЕ, ЭКОЛОГИИ, ЭКОСФЕРЕ: ИССЛЕДОВАНИЯ, НАБЛЮДЕНИЯ, ЗАДАЧИ И СВЕРХЗАДАЧИ



Африди Александр Риазович

Государственный академический университет гуманитарных наук,

Москва, Россия.

1340324@mail.ru

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ВЫГОРАНИЕ СОТРУДНИКОВ В IT КОМПАНИИ

Аннотация. Объектом исследования являются сотрудники IT компаний – профессионалы, в руках которых находится очень многое в наше время. В то же время влияние внешней социальной среды оказывает огромное влияние на устойчивость данной категории людей. Предметом исследования являются социальные факторы, влияющие на эмоциональное состояние профессионалов в области IT.

Ключевые слова: IT компания, профессионалы, эмоциональное выгорание, факторы

Afridi Alexander R.

State Academic University

For The Humanities,

Moscow, Russia.

1340324@mail.ru

SOCIOLOGICAL ASPECTS OF THE INFLUENCE OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT ON THE BURNOUT OF EMPLOYEES IN AN IT COMPANY

Abstract. The object of the study is employees of IT companies – these are professionals who have a lot in their hands nowadays. At the same time, the influence of the external sociological environment has a huge impact on the stability of this category of people. The subject of the study is social factors affecting the emotional state of IT professionals.

Keywords: IT company, professionals, emotional burnout, factors

Интенсивность современной жизни, непрерывно ускоряющийся ритм городской среды, плотность графика социальных и профессиональных коммуникаций, стрессы на работе и дома – все эти факторы ставят перед прикладной социологией в её различных специализациях задачи диагностики и профилактики эмоционального выгорания и стрессов в среде профессионалов в обстоятельствах интенсивного воздействия внешней среды. К тому же современные социологические теории обладают богатейшим арсеналом теоретических методов исследования и аналитики взаимодействия корпоративной системы и внешней среды в целях диагностики условий эмоционального выгорания среди участников внутренней среды той или иной компании. В силу острой значимости экзистенциальных, социальных и даже экономических последствий профессионального выгорания в настоящее время специалисты обращаются к проблеме выявления подходов к диагностике и профилактике этих негативных явлений.

При этом профессиональное выгорание является объективной закономерностью многих видов труда и оказывает существенное влияние на его эффективность, профессиональное становление и личностное развитие субъекта труда, его

профессиональное долголетие, соматическое и психическое здоровье. Конечно, профессиональное выгорание в большей степени подвержены представители профессий типа «человек-человек», однако профессии типа «человек – машина», включая IT-специальности, по причине воздействия внешней среды, чрезвычайной интеллектуальной интенсивности, локальности рабочего места, некоторой рутинности функционала также содержат предпосылки и риски развития профессионального выгорания.

В последнее время произошла цифровая революция, манифестировавшая себя в феномене глобальной информации сети Интернет, интеграция в которую посредством разнообразных мультимедийных устройств и смартфонов связала в считанные годы миллиарды людей. В силу этого деятельность почти каждого средней или крупной компании, организации или фирмы предполагает наличие IT-персонала, чьи представители нуждаются в специфическом (в отдельном) подходе. Системные администраторы, программисты, тестировщики, наладчики компьютерного оборудования пребывают в ситуации смены одного проекта другим. Неотложность того или иного заказа, овертайм, переработка гигантского объёма профессиональной информации, интенсивность коммуникации с «внешним миром» – эти обстоятельства, способствуя накоплению профессиональных навыков, в то же время являются условиями профессионального выгорания.

Хотя в деле удержания сбалансированного ритма деятельности компании первоочередное значение принадлежит содержанию внутренней среды, не менее важным является совокупность отношений между предприятием и внешней средой. Под последней подразумевается ансамбль образующих контекст его деятельности внешних факторов, которые, влияя на деятельность предприятия, пребывают за пределами его возможностей их изменить. При этом данные факторы являются ключевыми обстоятельствами функционирования предприятия как источника инвестиций, заказов, ресурсов и др., от которых зависит «выживание» компании, достижение целей, а также процветание. В 2020 году мир столкнулся с беспрецедентной по охвату и глубине пандемии COVID–19. Десятки миллионов трудящихся и учащихся россиян в апреле-мае этого года оказались в ситуации добровольно-принудительной самоизоляции, перейдя на режим удалённой работы или учёбы. Данный фактор существенно повлиял на развитие рисков выгорания сотрудников в IT-компаниях.

Социальные аспекты влияния внешней среды эмоционального выгорания профессионалов в текущей ситуации

Терминологическое и методологическое поле изучения социальных аспектов влияния внешней среды эмоционального выгорания профессионалов рассматриваются в трудах таких учёных, как Е. Н. Бочкарева, Д. В. Воронкова, Д. А. Горелик, Н. А. Грищенко, А. В. Дубовик, И. В. Забара, Е. К. Завьялова, Э. Ф. Зеер, С. В. Корнилина, А. В. Кузьменко, И. А. Ларина, Е. А. Останкина, М. Д. Петраш, В. А. Распопова, В. А. Рудницкий, Е. А. Солощенко, З. Я. Сынтимирова, А. Б. Цепке, Г. С. Чеснокова, А. Г. Шмелев, О. Л. Щербинина.

Феномен эмоционального выгорания – специфический тип профессиональной деструкции личности. Термин «burnout» («эмоциональное выгорание») впервые

появился в 1974 г. в трудах американского специалиста в области психиатрии А. Фрейденберга. В составе данного синдрома такие симптомы, как: 1) равнодушие, эмоциональное истощение, апатия (человек утрачивает прежний интерес и энтузиазм к своим профессиональным занятиям); 2) дегуманизация (складывание отрицательного отношения к клиентам и коллегам); 3) в профессиональном плане – дефицит ощущения компетентности [Рудницкий, 2019: 185].

Как отмечает Е. А. Куликова, выгорание – это ситуация последовательной потери энергии, манифестирующей в виде телесного, психического и интеллектуального истощения, персонального отчуждения и падения удовлетворённости от исполняемых обязанностей. Синдром эмоционального выгорания в основном случается в ситуации постоянного стресса в ходе исполнения профессиональных обязанностей. И хотя среди наиболее существенных факторов, определяющих развитие эмоционального выгорания, пребывают уникальные характеристики личности, внешние обстоятельства также оказывают на этот синдром воздействие [Куликова, 2020: 2–4]. К этим особенностям И. А. Ларина относит переоценку персональных навыков и возможностей, что поэтапно приводит к падению интереса, ослаблению мотивации, смене экзистенциальных паттернов, а потом к психофизиологическим недомоганиям и значительному истощению. Среди факторов профессионального выгорания хроническое переживание озабоченности в отношении своей компетентности, психическое перенапряжение, чувство усталости, раздражение, отношение к профессиональным обязанностям как «тяжкому кресту». К внешним факторам, влияющим на формирование профессионального выгорания, относятся: состояние острой конкуренции, требования непрерывного повышения квалификации, быстро меняющиеся условия профессиональной компетентности в связи с появлением новых IT-продуктов [Ларина, 2016].

Знаменитый советский психолог Л. С. Выготский при анализе профессиональных кризисов выделил три фазы: предкритическую, собственно критическую и посткритическую. По его мнению, в первой фазе происходит обострение противоречия между субъективной и объективной составляющими социальной ситуации развития; в критической фазе это противоречие начинает проявляться в поведении и деятельности; в посткритической – противоречие разрешается путём образования новой социальной ситуации развития. *Предкритическая фаза* обнаруживается в неудовлетворённости существующим профессиональным статусом, содержанием деятельности, способами её реализации, межличностными отношениями. Эта неудовлетворённость не всегда отчётливо осознаётся, но проявляется в психологическом дискомфорте на работе, раздражительности, недовольстве организацией, оплатой труда, руководителями и т. п. *Критическая фаза* отличается осознанной неудовлетворённостью реальной профессиональной ситуацией. Намечаются варианты её изменения, проигрываются сценарии дальнейшей профессиональной жизни, усиливается психическая напряжённость. Противоречия усугубляются, и возникает конфликт, который становится ядром кризисных явлений. Разрешение конфликта приводит кризис в посткритическую фазу [Дубровик, 2019].

И. М. Солощенко выделяет такой фактор возникновения синдрома эмоционального выгорания (далее – СЭВ), как неблагоприятный режим социально-психологического климата в компании. Накопительный эффект длительного процесса формирования корпоративных отношений по горизонтали и вертикали между сотрудниками и менеджментом в итоге создают сложную многослойную конфигурацию эмоционального настроения сотрудников компании [Солощенко, 2022]. Д. В. Воронкова полагает, что среди негативных явлений, провоцирующих СЭВ корпоративного климата, – высокая конфликтность, напряжённость в контактах между сотрудниками и между сотрудниками и руководством, дефицит взаимопомощи и солидарности, ослабление личных связей между работниками. Данные явления индуцируют гнетущие настроения у работников, которые негативно сказываются на их самооощении. К негативным обстоятельствам относится и избыточная регламентация, ненормированное увеличение объёма работы, низкая материальная стимуляция, недостаток или отсутствие карьерных лифтов [Воронкова, 2021].

И. В. Лайкова уверена, что СЭВ является условием падения профессиональной мотивации, когда слишком интенсивная деятельность воспринимается как бессмысленное времяпрепровождение, что составляет механическое, в соответствии с должностной инструкцией, исполнением функционала. Развитие СЭВ манифестируется на всех уровнях жизнедеятельности работника – на эмоциональном, на соматическом, на мотивационном, на организационном. Так, на эмоциональном уровне переживающего СЭВ работника доминирует такая эмоция, как тревожность, усиливающееся ощущение масштабности и глубинности происходящего. На когнитивном уровне имеет место преувеличенная рецепция угрозы, восприятие ситуации как неопределённой в высшей степени. На мотивационном уровне случается или гипертрофированная мобилизация, или сокрушительная демобилизация. На поведенческом уровне имеет место изменение регулярного темпоритма работы [Лайкова, 2016: 45]. По В. А. Рудницкому, Т. Ю. Шлыковой, Е. И. Бараевой показателями СЭВ выступают: а) неоправданно высокая текучесть кадров; б) падение трудовой мотивации; в) снижение интегрированности сотрудников в организационное взаимодействие; г) гипертрофия критики в адрес коллег; д) дефицит взаимности в отношениях между сотрудниками; е) снижение инициативности; ж) увеличение чувства недовольства своей работой; з) гнетущая атмосфера в корпоративной атмосфере компании [Рудницкий, 2019: 184].

В целом можно сказать, что динамика развития СЭВ – результат активного взаимодействия личности профессионала с социально-профессиональными группами и средствами труда. При этом происходит обогащение психики. Результатом деятельности является не только создание материальных и духовных ценностей, но также и развитие личности. Образование, профессиональные знания и умения, общие и специальные способности, социально значимые и профессионально важные качества составляют профессиональный потенциал развития специалиста. Реализация потенциала зависит от многих факторов: биологической организации человека, социальной ситуации, характера профессиональной деятельности, активности личности, её потребности в саморазвитии и самоактуализации.

Таким образом, в диагностике и профилактике СЭВ большое значение имеют социально-экономические условия, роль социально-профессиональных групп и

активность самой личности. Субъективная активность человека определяется системой устойчиво доминирующих потребностей, мотивов, интересов, ориентации и т. п. Синтетическое описание человека как индивида определяется его биологическими особенностями: наследственностью, особенностями организма, состоянием здоровья, физической и психической энергетикой. Индивидуальные особенности влияют на темп и уровень развития человека и как личности, и как профессионала. К ведущим личностным характеристикам человека относятся его отношения, мотивы, интеллект, эмоционально-волевая сфера.

Эмоциональное выгорание работников в контексте факторов внешней среды

К внешним факторам, которые влияют на возникновение и развитие СЭВ, специалисты относят следующие факторы:

- *внешнеполитический контекст*: все, что происходит за пределами страны, в нашем случае, России, так или иначе влияет на происходящее на её территории;
- *внутриполитическая ситуация*: большинство отечественных предприятий, будучи интегрированными в системные отношения со множеством юридических и физических субъектов, институтов, учреждений, чувствительны к динамике внутриполитической стабильности;
- *социально-экономический фактор*: всякое предприятие, будучи коммерческой организацией, нацеленным на извлечение прибыли, непосредственно зависит от того, какова ситуация на рынке труда, рынке соответствующих товаров и услуг, роста ВВП, инфляции и др.;
- *экологическое воздействие*;
- *эпидемиологическая обстановка* [Sethi, 1999: 7].

В 2020 году мир столкнулся с беспрецедентной по охвату и глубине пандемии COVID–19. В этих обстоятельствах многие люди столкнулись со множеством психологических и экзистенциальных проблем. Но вначале людей охватила эйфория по поводу того, что у них появилось уйма свободного времени для того, чтобы сделать всё то, для чего раньше не находилось времени – навести порядок в доме, прочитать непрочитанные книги, пересмотреть новые фильмы и так далее. Но уже скоро выяснилось, что всё хорошо в меру и все эти предметы духовного производства не способны заместить естественных потребностей человека в свободном перемещении в окружающем пространстве и общении с родными и близкими, круг которых был редуцирован до окружения своей семьи. Именно с этой редукцией была связана значительная проблема роста психологического напряжения и эмоционального выгорания. Вынужденные, что называется, «24 на 7» оставаться один на один в ограниченном пространстве, семейные люди, мужья и жены, родители и дети оказались в ситуации перманентного стресса, который стал причиной увеличения числа ссор, размолвок, скандалов. Психология самоизолированной семьи столкнулась с разрушением связей, как по вертикали, так и по горизонтали. Известно, что за последний год значительно возросло количество разводов [Воронкова, 2021].

Надо заметить, что для современного человека «мой дом – моя крепость», а значит дом, его комфорт, социально-психологический микроклимат – это то, что

находится строго по ту стороны от «улицы», «города». Другой формой мироощущения для современного человека является профессиональная деятельность (работа). Профессиональная социализация максимально мобилизует в индивиде принятие обстоятельств стандартизации в виде строгого следования функциональным обязательствам и соблюдения материальной ответственности. И, наконец, третьим локусом социализации взрослого человека является сфера культурно-рекреационного досуга и коммуникации, которая включает такие объекты публичной инфраструктуры, как торговые центры, супермаркеты, кафе, рестораны, клубы. При этом данные объекты должны соответствовать некоторым персональным условиям индивида – финансовой доступностью, уютностью, приближенностью к дому, социальной однородностью присутствующей там публики. Тем самым, третья локация социально-адаптивной инфраструктуры, обеспечивая индивида общением и включением в социальную среду, оказывается весьма значимым элементом горизонта городской жизни. Ситуация самоизоляции ударила по двум значимым локациям современного человека, который, как правило, является жителем города. И, как следствие, человек оказался в ситуации добровольного самозаточения, что стало причиной психологического стресса и дистресса, и экзистенциального кризиса, повлекших за собой явление определённой деформации личности. Оно проявляется, как правило, в том, что у подавляющего большинства сотрудников отмечается внутреннее эмоциональное и/или физическое истощение с одинаковой симптоматикой, а также одинаковая форма поведения [Sethi, 1999: 7].

М. Д. Петраш определяет, что корпоративный микросоциум – это система, а если система не развивается, она деградирует. Это означает, что система корпоративного микросоциума должна внутренне и внешне трансформироваться в ходе непрерывной адаптации к социальным и культурным обстоятельствам. При этом всякое изменение сопряжено с неприятной, болезненной утратой состояния косности, в чем-то комфортного, но рано или поздно приводящего к деградации коммуникативного организма. Эта необходимость роста и вызывает недовольство той стороны корпоративных конфликтов, что занимает в нём позицию пассивного объекта. Имея характеристику системы, корпоративный микросоциум тогда более легко и с наименьшим ущербом решает привходящие извне проблемы, когда обладает большей сбалансированностью и солидарностью своих равноправных участников. Напротив, корпоративная разбалансированность является причиной больших потрясений при столкновении данного микросоциума с внешними трудностями. В целях своего сохранения корпоративный микросоциум должен исходить из приоритета своего «внутреннего» законодательства перед законодательством «внешним» на том простом основании, что «своя рубашка ближе к телу» [Петраш, 2014: 16].

Подобно тому, как всякий биологический организм в своей активности по адаптации непрерывно сталкивается с ответной активностью окружающей среды, но только в таком противодействии усложняется и развивается, корпоративный микросоциум упрочивает свою сбалансированность и гармоничность за счёт поглощения преодолённых конфликтных ситуаций. К этому феномену вполне применима сентенция, по которой то, что корпоративный микросоциум «не убивает, делает сильнее». Противоречивость внутрикорпоративного сообщества – это естественный модус становления коммуникативной среды. Можно сказать, что

крепость корпоративного микросоциума определяется не отсутствием в ней конфликтов, а его потенциалом в возможности их оперативно и эффективно гасить. Существование конфликтов в компаниях определяется всем кругом социально-адаптивных мероприятий, связанных с функциями воспроизводства организационной ситуации, каждый участок которого – готовая сцена для потенциального конфликта. От того, как складываются (или не складываются) отношения в корпорации, напрямую зависит то, как будут формироваться связи в большой культуре общества. Тем самым специфика, определяющая формирование СЭВ корпоративной конфликтности, показывает, что конфликт – это некая равнодействующая функционирования корпоративного микросоциума как микросоциального организма. Конфликтность – это естественный модус становления корпоративных отношений. Перефразируя культурного персонажа, можно сказать, что крепость корпорации определяется не отсутствием в ней конфликтов, а её потенциалом в возможности их оперативно и эффективно гасить.

В целом эмоциональное выгорание работников в контексте факторов внешней среды имеет характер явной или скрытой дезадаптации, что в зависимости от персональных характеристик трудящегося манифестируется в поведенческих и психосоматических феноменах. И среди условий преодоления указанной социально-психологической дезадаптации – гибкость и чувствительность организационной культуры того или иного предприятия.

Социологические аспекты выгорания работников IT-компаний

В текущей ситуации работники IT-компаний работают в составе единых коллективов в деле осуществления проектов, одновременно находясь в контактах со смежниками и заказчиками. Данные обстоятельства оказываются дополнительными факторами напряжения для IT-профессионалов, от которых требуется компетентное исполнение поставленных задач в условиях оперативной работы. Понятно, что подобная интенсивность не является благоприятным фактором повышения эмоциональной устойчивости IT-специалиста. В специальной литературе и посредством множества проводимых исследований фиксируется резкий рост случаев эмоционального выгорания в контексте масштабной цифровизации экономики и социальных коммуникаций. Так, среди основных внешних факторов фигурируют такие позиции, как несоразмерный затрачиваемым усилиям уровень материального вознаграждения [Петраш, 2014: 18], объёмность рабочей нагрузки [Кузьменко, 2021], стихийная организация труда [Муравьева, 2019], низкий уровень организационной культуры, информационный «голод» [Цепке, 2017]. К этим обстоятельствам традиционно добавляется перманентный цейтнот, профессиональная загруженность и режим работы специалиста «24 на 7». А COVID–19 обусловил такие негативные явления, как самоизоляция и редукция границы между пребыванием дома и на работе, между личным и профессиональным пространством.

По данным большинства исследований, к причинам формирования СЭВ у работников IT-компаний относится интеллектуальное изнеможение, психическое переутомление, физическое перенапряжение, что приводит к радикальному снижению эффективности и оперативности профессиональной деятельности, провоцирует различные психосоматические болезни. В случае появления признаков СЭВ, ввиду повышенной востребованности IT-профессий соответствующему специалисту проще

сменить профессиональную локацию вместо того, чтобы преодолевать возникшую негативную ситуацию за счёт мобилизации дополнительных персональных ресурсов. Отсюда такое отрицательное социальное явление, как высокая текучесть кадров среди работников ИТ-компаний. Работники характеризуются социально-поведенческими доминантами горожанина. Среди них на первом месте частная зона узкого круга коммуникации с родными и близкими. Второй по значимости локацией для городского индивида является работа, ввиду того, что трудовая деятельность – следующая за семейной сцена социализации индивида, на которой он выступает как профессионал для потребителя, заказчика, клиента и как коллега для соучастников по профессиональному взаимодействию. Третьим локусом социализации городского профессионала является сфера культурно-рекреационного досуга и коммуникации. Все три локации почти равноправно участвуют в формировании идентичности городского индивида-профессионала, определяя его принадлежность к определённой социальной группе. Все три локуса, определяя друга, участвуют в социализации индивида, существо которой определяет формирование основных моделей поведения в конфликте. Тем самым включённость индивида определяет конфликтогенные особенности в том, что, чем более социализирован индивид, тем большим потенциалом обладает индивид в том, чтобы, не упуская цели достижения социальной и профессиональной успешности, решать неизбежные конфликты [Распопова, 2018: 24]. Так, исследователь В. А. Распопова отмечает, что значительную совокупность причин, ведущих к формированию СЭВ, составляют организационные и средовые факторы, детерминированные содержанием и обстоятельствами внутрикорпоративных отношений по вертикали и по горизонтали. В данном случае выделяются такие позиции, как объём производственной нагрузки, социально-психологический микроклимат внутри коллектива, гендерные конфликты, организационные дисфункции, некомпетентность менеджмента. В отношении содержания производственной деятельности значение имеют качественные и количественные моменты взаимодействия ИТ-компаний с посредниками и клиентами. Сред них – число заказчиков, частотность и интенсивность общения с ними. Преобладающим фактором выступает глубина погружения в проблемы клиента, и, в основном, данный фактор значительно способствует формированию СЭВ.

Не менее важно, что в возникновении СЭВ большое значение имеет уровень автономности и самостоятельности работника в деле принятия значимых решений. Так, делегирование управленческих полномочий сверху вниз сообщает своему объекту и модус ответственности, который содержит в себе определённый ресурс его мобилизации. Как полагает А. Б. Цепке, в заряженном этим мотивом низовом субъекте ответственности за решение своего сегмента общей задачи в дополнение к нормативному, стандартному алгоритму активизируется имманентный творческий потенциал. С точки зрения управленческой вертикали с её закономерным доминированием формы иерархически-интегрированной упорядоченности над содержательной стихией жизни организации, где порой «кто – в лес, кто – по дрова», низовая и периферийная инициативность в своей неопределённости и непредсказуемости носит характер случайности, а с ней и конфликтности и эмоционального выгорания низового сотрудника ИТ-компаний [Цепке, 2017].

Закономерность этой ситуации в том, что чем выше вертикальный уровень принятия управленческого решения, тем уже горизонтальное место для свободно-творческого манёвра выработки какого-нибудь «нестандартного» решения. То есть, здесь наблюдается парадоксальная пропорция: чем выше административный уровень субъекта отправления управленческих решений, тем меньше его свобода в реализации своего творческого потенциала. Словом, управленец менее всего может и должен быть «свободным художником» и «импровизатором» в силу несения высокой ответственности, исполнение которой гарантируется строгим следованием регламентам и правилам, конституирующим деятельность организации. Тем не менее, креативность – существенный, если не определяющий фактор всякого развития. А значит, единственным способом развития в аспекте инновационного подхода является «инициатива снизу», что, несмотря на всю «наказуемость», нет-нет да проявляет себя. Очевидно, та инициативность, что льётся порой словно из рога изобилия, в обстоятельствах избытка «импровизаторов» в своём преобладании по принципу соотношения количества и качества не отличается высокой компетентностью. Тем самым возникает проблема селекции и фильтрации творческих решений в их вертикальном продвижении снизу вверх, с целью снижения внутриорганизационной конфликтности. И, как указывают З. Я. Сынтимирова и Л. Ю. Жуковская, единственным способом апробации инновационной ситуации является тот непосредственный уровень, на котором данная инициатива возникла. И уже в конкретном практическом приложении при соблюдении всех апробационных регламентов данной низовой инициативе даётся путь наверх и опять же в условиях скрупулёзного мониторинга за этим продвижением. Анализируя данный аспект пропорции вертикали управленческого решения «сверху» и горизонта творческой инициативности «снизу», О. Л. Щербина отмечает, что эти стороны отрицают друг друга. В основе их инновационного взаимодействия пребывает то, что, если «низовая» инициатива представляет уровень творческой генерации управленческого решения, то уровень события его практической реализации в любом случае остаётся «наверху». И каким бы креативным, плодотворным по всем теоретическим предположениям и расчётам не был бы проект, решение о его принятии осуществляется по единому закону.

Тем самым, в организационной основе формирования СЭВ работников IT-компаний лежит конфликт «верхов» и «низов» организации. Их структурный разрыв является причиной издержек организационных дисфункций в виде того, что определяется как авторитаризм, характеризующий избыточную требовательность корпоративной элиты, и «анархизм» корпоративных «низов», составляющий их определённую неуправляемость. Очевидно, что обе дисфункции являются конфликтными крайностями деятельности организации. Вслед этому возникает задача коллегиального преодоления этих патологий в целях оптимизации и балансировки организационной структуры. В соответствии с ним основная работа по профилактике кризисов профессионального развития должна осуществляться менеджментом IT-компаний, в функциональные обязанности которого в т. ч. входит и соблюдение того, чтобы социально-психологическая обстановка в коллективе оказывала благоприятное влияние на характер и ход профессионализации IT-персонала. Фактором эффективной

активности IT-менеджера является его социально-психологический профессионализм, который во многом определяет компетентность руководителя, включающая в себя понимание глубинной основы противоречивости и конфликтности человеческих отношений; формирования и в себе, и в подчинённых ответственного подхода, основанного на том, что в сфере коллективного многолюдного производства солидарность имеет приоритет перед частными мотивами.

Заключение

В силу острой значимости психологических, социальных и даже экономических последствий синдрома эмоционального выгорания работников IT-компаний в настоящее время учёные обращаются к проблеме выявления форм психологической помощи. Анализ внешних факторов формирования СЭВ является одной из наиболее фундаментальных для социологии труда. Синдром эмоционального выгорания работников IT-компаний является объективной закономерностью соответствующей производственной специализации и оказывает существенное влияние на его эффективность, профессиональное становление и личностное развитие работников IT-компаний, их профессионального долголетия, соматического и психического здоровья. При изучении профессиональной деятельности важно учитывать негативное влияние факторов формирования СЭВ на личность IT-специалиста в процессе выполнения им профессиональных функций. Указанный синдром – процесс и результат взаимодействия личности и профессиональной среды, при котором требования профессиональной среды значительно превышают личностный и профессиональный ресурс субъекта профессиональной деятельности и угрожают его профессиональному развитию. Конечно, профессиональному выгоранию в большей степени подвержены представители профессий типа «человек-человек», однако профессии типа «человек – машина», включая IT-специальности, по причине воздействия внешней среды, чрезвычайной интеллектуальной интенсивности, локальности рабочего места, некоторой рутинности функционала также содержат предпосылки и риски развития профессионального выгорания. И хотя в деле удержания сбалансированного ритма деятельности компании первоочередное значение принадлежит содержанию внутренней среды, не менее важным является совокупность отношений между предприятием и внешней средой. Под последней подразумевается ансамбль образующих контекст его деятельности внешних факторов, которые, влияя на деятельность предприятия, пребывают за пределами его возможностей их изменить.

Список литературы

Воронкова Д. В. Организационная культура как фактор эмоционального выгорания персонала / Д. В. Воронкова // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2021. № 18 (119).

Дубовик А. В. Оздоровительная фитнес технология при синдроме эмоционального выгорания сотрудников сферы информационных технологий / А. В. Дубовик, И. Ю. Горская, Д. А. Савчак // Учёные записки университета Лесгафта. 2019. № 9 (175).

Кузьменко А. В. Стресс как источник профессионального выгорания / А. В. Кузьменко // Гуманитарный научный журнал. 2021. № 1.

Куликова Е. А. Факторы профессионального выгорания у поездных

диспетчеров / Е. А. Куликова // Концепт. 2020. № 9. С. 1–12.

Ларина И. А. Экзистенциально-аналитический взгляд на синдром эмоционального выгорания у банковских служащих / И. А. Ларина // Современная наука. 2016. № 1.

Муравьева О. И. Профессиональное выгорание программистов: специфичность феномена / О. И. Муравьева, К. В. Козлова // СПЖ. 2019. № 73.

Петраш М. Д. Психофизиологический потенциал и ресурсы профессионального развития работников IT-компаний / М. Д. Петраш // Медицинская психология в России. 2014. № 1 (24). С. 1–22.

Распопова В. А. Профилактика профессионального специалистов «помогающих профессий»: социологический анализ. ВКР по напр. подготовки 39.03.01. Социология, профиль «Социология экономики управления» / В. А. Распопова. Владивосток, 2018. 75 с.

Рудницкий В. А. Эмоциональное выгорание как фактор творческой активности в деятельности инженеров-программистов компаний IT / В. А. Рудницкий, Т. Ю. Шлыкова, Е. И. Бараева // Современные тенденции в дополнительном образовании взрослых: материалы II Междунар. конф. Минск : РИВШ, 2019. С. 183–191.

Солощенко Е. А. Возникновение и развитие синдрома эмоционального выгорания специалистов в организации / Е. А. Солощенко // Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика. 2011. № 1 (13).

Цепке А. Б. Изучение мотивационных типов сотрудников, как основы для профилактики эмоционального выгорания в среде работников IT-компаний / А. Б. Цепке // Journal of Health Development. 2017. № 1 (22).

Sethi V. An examination of the correlates of burnout in information systems professionals / V. Sethi, T. Barrier, R. King // Information Resources Management Journal. 1999. Vol. 12 (3). Pp. 5–13.



Барматова Светлана Петровна

Институт международных экономических связей,
Москва, Россия.
acsross@yandex.ru

ЗДОРОВЬЕ НАСЕЛЕНИЯ И СОСТОЯНИЕ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ – ЗАЛОГ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

Аннотация. Статья посвящена анализу тех факторов и фактов, в которых отражены позитивные прогнозы грядущего, а также и тех, которые должны стать «зоной особого внимания» для всех, кто задействован в управлении системой здравоохранения как на государственном уровне, так и на уровне отдельной медицинской организации, входящей в эту систему.

Ключевые слова: Система здравоохранения, пандемия коронавируса COVID–19, качественная медицинская помощь, удовлетворённость пациентов

Barmatova Svetlana P.

Institute of International Economic Relations,
Moscow, Russia.
acsross@yandex.ru

THE HEALTH OF THE POPULATION AND THE STATE OF THE HEALTHCARE SYSTEM IS THE KEY TO THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SOCIETY

Abstract. The article is devoted to the analysis of those factors and facts that reflect positive forecasts of the future, as well as those that should become a «zone of special attention» for everyone involved in the management of the healthcare system both at the state level and at the level of a separate medical organization that is part of this system.

Keywords: Healthcare system, COVID–19 coronavirus pandemic, quality medical care

Здоровье индивида – одна из непреходящих ценностей любого общества и один из базовых залогов его устойчивого развития. Национальный проект «Здравоохранение», отражающий как процесс стратегического планирования усилий, которые предпринимает российское государство по сохранению здоровья населения Российской Федерации, так и усилий по развитию самой системы здравоохранения, является наиболее наглядным примером процесса социальной коммуникации, которая осуществляется между государством, организациями системы здравоохранения, гражданским обществом, и индивидом. Несмотря на большую работу, которая проводится государством в этом вопросе, остаётся ещё много проблем, которые сказываются на результативности функционирования системы здравоохранения Российской Федерации, таких показателей, как продолжительность жизни россиян, наличие хронических заболеваний, рост заболеваемости по отдельным нозологиям. Наличие данных проблем актуализировало дальнейшую работу по их решению, в которой участвуют как теоретики, так и практики (как отечественные, так и зарубежные), в том числе – специалисты по проблемам здравоохранения, социологи, юристы и т. д., которые в своих разработках пытаются найти наиболее оптимальные подходы к реализующимся в сфере здравоохранения проблемам, в том числе –

подходы, обеспечивающие модернизацию системы здравоохранения с учётом новых вызовов, с которыми сталкивается система здравоохранения.

В качестве одного из наиболее показательных исследований, имеющих статус мониторинговых и проводящихся каждый год, относится «Индекс здоровья будущего 2021. Устойчивое будущее: лидеры в сфере здравоохранения оценивают будущее медицинской помощи после кризиса системы» [Индекс здоровья, 2021] (оно охватило 14 стран и затронуло текущие и будущие задачи лидеров в сфере здравоохранения во всём мире. Количественные опросы были проведены с декабря 2020 года по март 2021 года в Австралии, Бразилии, Китае, Франции, Германии, Индии, Нидерландах, Польше, Румынии, России, Саудовской Аравии, Сингапуре, Южной Африке и США. Для обеспечения целостного понимания систем здравоохранения также было проведено качественное исследование в формате интервью). Как считают эксперты, в отчёте данного исследования отразилось наличие у лидеров в системе здравоохранения нового видения будущего здравоохранения.

Лидеры в сфере здравоохранения сегодня концентрируются на пациентоориентированном здравоохранении и применении цифровых технологий. Они уделяют много внимания партнёрствам, устойчивому развитию и новым моделям оказания медицинской помощи как в больницах, так и за их пределами.

Несмотря на все трудности, российские лидеры в сфере здравоохранения позитивно оценивают возможности системы здравоохранения в будущем. Большинство опрошенных экспертов уверены, что в перспективе их медицинское учреждение (79%) и вся российская система здравоохранения (80%) будут обеспечивать качественную медицинскую помощь. 70% лидеров в сфере здравоохранения убеждены в том, что текущая политика государства способствует укреплению надёжности и повышению эффективности системы здравоохранения в стране [Там же].

В России чаще, чем в других странах-участницах исследования, лидеры в сфере здравоохранения считают приоритетом повышение удовлетворённости пациентов (29% в России по сравнению с 17% в среднем в 14 странах). 25% опрошенных заявили, что планируют в течение следующих трёх лет перейти к ценностно-ориентированному здравоохранению – модели, подразумевающей плату за результаты лечения, а не за конкретные медицинские услуги.

Они, например, отмечали, что Пандемия COVID–19 заставила обратить внимание на менее заметные ранее проблемы систем здравоохранения по всему миру. В новых реалиях медицинские организации в полной мере оценили пользу телемедицины и согласились с необходимостью предоставления медицинских услуг дистанционно. По данным исследования «Индекс здоровья будущего 2021», 32% лидеров в сфере здравоохранения в России считают текущим приоритетом содействие переходу к обеспечению дистанционной/телемедицинской помощи.

Но это – в большей степени – ожидания.

Реальными шагами в этом направлении можно считать следующие:

А) Правительство готово при необходимости продлить региональные программы модернизации первичного звена здравоохранения после 2025 года, а также

увеличить финансирование программы. Об этом 10 сентября заявила вице-премьер Татьяна Голикова, передаёт ТАСС.

«Развитие системы оказания первичной медико-санитарной помощи» – один из ключевых федеральных проектов нацпроекта «Здравоохранение». Реализация программы началась 1 января 2021 года. Как ранее сообщал «МВ», программа рассчитана до 2025 года и включает планы по проведению капремонта на 3 973 объектах здравоохранения и строительству 7 324 новых, оснащению медучреждений в населённых пунктах с населением до 50 тыс. человек, закупку 130 тыс. единиц оборудования. На эти цели запланировано не менее 500 млрд руб.» [Голикова заявила...]

Б) На специальные единовременные выплаты для медработников, которые помогают больным с коронавирусом, дополнительно выделяется 2,9 млрд рублей. Распоряжение об этом утвердил Председатель Правительства Михаил Мишустин.

По указу Президента, подписанному в мае 2020 года, право на дополнительные страховые гарантии есть у врачей, среднего и младшего медицинского персонала, а также водителей скорой помощи, которые, помогая больным коронавирусом, заразились сами.

Но можно ли считать принимаемые меры достаточными для решения всех проблем, которые испытывает здравоохранение как одна из самых значимых для жизни человека социальных сфер?

Пожалуй, главными причинами многих проблем в здравоохранении прежде всего являются хроническое недофинансирование отрасли и отсутствие эффективной кадровой политики в деятельности главного штаба отрасли – Минздрава России [Чернышев, 2021].

По прогнозам, к 2023 году система здравоохранения получит из федерального бюджета на 23% меньше, чем в 2020 году.

Больше всего средств заложили в национальный проект «Здравоохранение». На его реализацию направят 240 млрд руб. По плану, в 2022 году выделят чуть больше денег – 251,1 млрд руб., но уже в 2023 году финансирование сократят до 212,1 млрд руб. [На финансирование здравоохранения...]. На развитие первичного звена здравоохранения выделяют около 90 млрд руб.

С учётом текущей ситуации этих денег мало. Пока восстанавливают и модернизируют одни больницы, другие разваливаются. Проблема особенно остро стоит в отдалённых регионах.

При этом, как отмечают эксперты, «...доля государственного финансирования системы здравоохранения также снижается с 4,1% в 2020 году до 3,6% в 2023 году. Вряд ли ситуация изменится, а бюджет пересмотрят. Такой расклад ведёт к тому, что люди не смогут получить бесплатную помощь, льготники – лекарства, а врачи – достойную зарплату» [Семячкина, 2020].

Данная ситуация, конечно же, не является «ситуацией сегодняшнего дня». Финансирование медицинской отрасли уже более 30 лет остаётся дефицитным. Так, если в 1960 г. оно составляло 6,6% ВВП, в 1980 г. – 5,0%, то начиная с 1985 г. – 3,4–3,8%% ВВП. В ежегодном докладе Всемирный банк назвал расходы России на здравоохранение неэффективными [Чернышев, 2021], так как основная ставка делается на специализированную и высокотехнологичную помощь, а не на улучшение здоровья

населения через первичное звено. Текущий уровень государственных расходов на здравоохранение в России (3,2% ВВП в 2018 г., 3,5% в 2019 г.) значительно отстаёт от средних показателей по странам ЕС (7,2% ВВП) и ОЭСР (6,5% ВВП).

В 2019 г. общие расходы на медицину в России составили около 5,6% ВВП. Из них на консолидированный бюджет (федеральный, региональные бюджеты, средства Фонда обязательного медицинского страхования) пришлось 3,5% ВВП, на частный сектор (разовые расходы граждан и полисы добровольного медицинского страхования) – 2,1% ВВП. В 2021 г. запланировано около 4 401 млрд руб. Поскольку далее прогнозируется рост ВВП, уровень финансирования здравоохранения может снизиться с 4,1% (в 2020 г.) до 3,8% ВВП (2021 г.), следует из данных Минфина России, оценок Высшей школы организации и управления здравоохранением (ВШОУЗ) Wbn gj [Цит по: Чернышев, 2021].

По данному показателю Россия занимает 65-е место в мире, уступая многим странам. Например, в 2018 г. расходы на медицину в США составляли 14,3% ВВП, в Германии – 9,5%, в Польше – 4,5%. Недостаток финансирования приводит к дефициту кадров, повышенной нагрузке на медиков и, самое главное, к неравенству в доступе к качественной охране здоровья в разных регионах. Чем беднее регион, тем сложнее получить бесплатную медицинскую помощь и меньше возможностей решить проблему, обратившись в частные клиники. В совокупности эти факторы способствуют повышенной смертности граждан, в том числе трудоспособного возраста.

Несколько подробнее остановимся на кадровом вопросе, т. к. *кадровый ресурс системы здравоохранения*, особенно государственного и муниципального секторов, является наиболее значимым и ценным её компонентом. В последние 20–25 лет проблема кадрового обеспечения в здравоохранении не только сохраняется, но и становится всё более ощутимой. Снижение обеспеченности и врачами, и специалистами со средним медицинским образованием имеет достаточно стабильный характер в течение последних лет. По оценкам экспертов, кроме естественной убыли в связи с выходом на пенсию, эти показатели свидетельствуют о масштабе сокращения самих медицинских организаций, снижении привлекательности работы в государственном здравоохранении и переходе части врачей в частные медицинские организации.

По сравнению с 1990 г., в 2019 г. количество врачей в подчинении Минздрава России сократилось с 602 тыс. до 552 тыс. (8,3%), а врачей в негосударственном секторе только с 2016 г. по 2019 г. увеличилось с 68 тыс. до 87 тыс. (27,9%). Количество специалистов со средним медицинским образованием в подчинении Минздрава России с 1990 по 2019 г. сократилось на 18,9% (с 1 478 тыс. до 1 259 тыс.) [Губернаторов, 2021]. Это – очень тревожные тенденции, т. к. отсутствие потенциально необходимого числа и оптимального структурного состава высококвалифицированных врачей и средних медицинских работников не позволяет обеспечить население востребованной, равнодоступной и качественной медицинской помощью (КМП), сделать возможным широкое применение сложных, высокотехнологичных и

инновационных лечебно-диагностических и реабилитационно-восстановительных технологий и методик, направленных на сохранение и укрепление здоровья населения.

Отметим ещё два аспекта, которые также относятся к категории угроз для позитивной тенденции развития российского здравоохранения.

Уровень доверия медицине со стороны пациента. Очень показательны в этом отношении, хотя и достаточно политизированы, данные по привитым россиянам. На октябрь 2021 года в Российской Федерации полностью привито только 45 219 823 чел. (30,9% от населения, 39,0% взрослого) [Статистика вакцинации от коронавируса...], что можно оценить как наличие достаточно низкого уровня доверия россиян системе здравоохранения. Хотя процент доверия к системе здравоохранения является низким по всему миру – на уровне 17%, но это ни в коем случае не должно восприниматься как норма, и для позитивных тенденций развития системы здравоохранения повышение доверия со стороны граждан должно стать одной из поставленных задач, быть одним из значимых показателей.

Понимание проблем, связанных с развитием системы здравоохранения, со стороны всех уровней власти. Прошедшие выборы показали, что, по данным ВЦИОМА, запрос на здравоохранение для российского общества занимает 1 строчку востребованности.

Топ-5 тем, на которые россияне обращают внимание при знакомстве с программами партий, – здравоохранение (95%), образование (92%), положение пенсионеров, оплата труда работающих и поддержка семьи, материнства и детства (по 90%) [Повестка 2021...]. Но получил ли этот запрос отражение в программе партий, прошедших в Думу? В достаточной мере – нет. Поэтому многие изменения, которые должны произойти в системе здравоохранения, зависят – во многом – от самих медиков и медицинского персонала.

Выводы: При сформированном запросе на качественное и современное медицинское обслуживание со стороны индивида, при реализующихся и всё усиливающихся социальных вызовах (в виде той же пандемии коронавируса), уровень функционирования системы здравоохранения в Российской Федерации всё ещё остаётся «проблемным вопросом» как с точки зрения решения самих проблем, которые накопились в данной системе, так и с точки зрения обеспечения устойчивого развития общества в целом. Это означает, что тема по-прежнему остаётся актуальной для социологического сообщества, так как именно внимание со стороны социологов, результаты проводимых ими социологических исследований во многом могут способствовать сохранению внимания к данной тематике государства в лице органов государственной власти, которые ответственны за состояние и развитие системы здравоохранения.

Список литературы

Голикова заявила о готовности правительства продлить модернизацию первичного звена здравоохранения // АССОЦИАЦИЯ МЕНЕДЖЕРОВ МЕДИЦИНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ: [сайт]. 11 сентября 2021 года. URL: <https://association.educationmanagers.ru/novosti/golikova-zayavila-o-gotovnosti-pravitelstva-prodlit-modernizaciyu-pervichnogo-zvena-zdravooohraneniya/> (дата обращения: 10.10.2022).

Губернаторов Е. Минздрав обнаружил сокращение числа врачей в 55 регионах / RBK : [сайт]. 13 октября 2021 года. URL: <https://www.rbc.ru/society/31/10/2019/5db9c1e99a79477c93e750cb> (дата обращения: 10.10.2022).

«Индекс здоровья будущего 2021»: лидеры здравоохранения оценивают будущее медицинской помощи // PHILIPS : [сайт]. 13 сентября 2021. URL: <https://www.philips.ru/a-w/about/news/archive/standard/news/press/2021/20211309-fhi-2021-healthcare-leaders-assess-the-future-of-healthcare.html> (дата обращения: 10.10.2022).

На финансирование здравоохранения направят свыше 3,3 трлн руб. в 2021–2023 годах / ТАСС : [сайт]. 17 сентября 2021 года. URL: <https://tass.ru/ekonomika/9484327> (дата обращения: 10.10.2022).

Повестка–2021: общественный заказ на партийную программу // ВЦИОМ : [сайт]. 27 августа 2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/povestka-2021-obshchestvennyi-zakaz-na-partiinuju-programmu> (дата обращения: 10.10.2022).

Правительство определило параметры расходов федерального бюджета на здравоохранение в 2023 году / Vademicum : [сайт]. 29 сентября 2022. URL: <https://vademes.ru/news/2022/09/28/pravitelstvo-opredelilo-parametry-raskhodov-fedbyudzhet-na-zdravookhranenie-v-2023-godu/> (дата обращения: 10.10.2022).

Семячкина С. Бюджет медицины на 2021 год: государство сокращает расходы / ЦОКО (Центр оценки квалификации и обучения) : [сайт]. 21 января 2021 года. URL: <https://coko1.ru/articles/med-articles/bjudzhet-mediciny-na-2021-god-gosudarstvo-sokrashhaet-rashody/> (дата обращения: 10.10.2022).

Статистика вакцинации от коронавируса / GOGOV : [сайт]. URL: <https://gogov.ru/articles/covid-v-stats> (дата обращения: 10.10.2022).

Чернышев В. М. Последствия реформирования здравоохранения в РФ (1990–2020 гг.). Проблемы и предложения / В. М. Чернышев, О. В. Стрельченко, И. Ф. Мингазов // ОРГЗДРАВ. Вестник ВШОУЗ. 2021. № 2 (24). С. 86–100. URL: <https://www.vshouz.ru/journal/2021-god/posledstviya-reformirovaniya-zdravookhraneniya-v-rf-1990-2020-gg-problemy-i-predlozheniya/> (дата обращения: 10.10.2022).



Власова-Сайкова Валентина Викторовна
Санкт-Петербургский государственный
университет гражданской авиации,
Хабаровск, Россия.
val-vlasova-sajkova@yandex.ru

ЗДОРОВЬЕ И ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ КАК ЦЕННОСТНЫЕ ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОБЪЕКТИВНЫХ И СУБЪЕКТИВНЫХ ВЗГЛЯДОВ МОЛОДЁЖИ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ В ПОСТКОВИДНЫЙ ПЕРИОД 2022 ГОДА

Аннотация. Содержание и анализ настоящего социологического исследования предлагает информацию о научных и практических взглядах молодёжи на устойчивое развитие здорового образа жизни в постковидный период в Хабаровском крае. Впервые даются материалы о величинах объективных и субъективных факторов здоровья молодёжи, присущих этому периоду и региону. Выводы по представленному социологическому исследованию могут быть полезны при разработке и уточнении целевых программ оздоровления населения России.

Ключевые слова: устойчивое развитие, здоровье, здоровый образ жизни, постковидный период, молодёжь, факторы, социально-экологические ценности

Vlasova-Saykova Valentina V.
Khabarovsk branch of the St. Petersburg
State University of Civil Aviation,
Khabarovsk, Russia.
val-vlasova-sajkova@yandex.ru

HEALTH AND HEALTHY LIFESTYLES AS VALUE FACTORS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF OBJECTIVE AND SUBJECTIVE VIEWS OF YOUTH IN KHABAROVSK KRAI IN THE POST-COVID PERIOD OF 2022

Abstract. The content and analysis of this sociological study offers information on the scientific and practical views of young people on the sustainable development of a healthy lifestyle in the post-COVID period in the Khabarovsk Territory. For the first time, materials are given on the values of objective and subjective factors of youth health inherent in this period and region. The conclusions on the presented sociological research can be useful in the development and refinement of target programs for the improvement of the population of Russia.

Keywords: sustainable development, health, healthy lifestyle, post-COVID period, youth, factors, social and environmental values

Автор статьи целенаправленно использовала в данном социологическом исследовании специфический описательный метод социологии [Власова-Сайкова, 2022]. Были исследованы репрезентативные сведения от респондентов как надёжные данные, так как полученная конечная информация об одном и том же явлении из трёх разных объективных источников давала достаточно близкие результаты или довольно различные. Поэтому в результате можно было обстоятельно описать динамику явления принятия ЗОЖ молодёжью, чтобы представить целостную картину явления, не выявляя причинных связей.

Исследованию удалось охватить узкий круг вопросов, относящихся к здоровью и здоровому образу жизни (ЗОЖ) молодёжи Хабаровского края. Корреляция показателей определила степень взаимосвязи объективных и субъективных взглядов,

особенно на постковидный период, которые склоняются к принятию требований и условий поддержания ЗОЖ основной массой молодёжи. Средние показатели в процентах ответов 775 человек представлены в предлагаемой ниже таблице.

Таблица 1. Объективные и субъективные взгляды молодёжи Хабаровского края на устойчивое развитие здоровья и здорового образа жизни в постковидный период 2022 года (Все данные округлены до целого числа)

№	Формулировка вопроса: Чел. %	Интернет. Май – август 2022 г. Сдали анкеты 83 чел. (%)	Гражданский форум. Хабаровский край 1360 чел. Июнь -Сентябрь 2022Г. Хабаровск 30.09.22. 600 чел. Сдали анкеты 305 чел. (%)	2-ой Всероссийский Экологический форум. Участников в РФ более 4 000 чел. В П. Камчатский 29.08–04.09.22. 400 чел. Сдали анкеты. 384 чел. (%)	Средний показатель. ИТОГО: Сдали анкеты 775 чел. (%)
1	2	3	4	5	6
1.	Пол: М/Ж	45/55	73/27	51/ 49	56/44
2	Возрастная группа:				
	18–20	48	23	34	35
	21–23	17	32	25	25
	24–29	19	41	11	20
	30–35	16	14	30	20
3	Место проживания:				
	Город	92	81	79	84
	Посёлок городского типа	6	9	10	8
	Сельская местность	2	10	11	8
4	Социальная группа:				
	Студент	61	53	63	59
	Рабочий	27	32	29	29
	Служащий	5	1	6	4
	Предприниматель	1	2	3	2
	Домохозяйка	2	4	0	2
	Безработный	4	5	0	3
	Инвалид	0	3	0	1
5	Уровень дохода:				
	Низкий	47	31	28	35
	Средний	51	64	61	59
	Высокий	1	2	6	3
	Нет дохода	2	3	5	3
6	Состоят в браке:				
	Да	22	31	47	33
	Нет	78	69	53	67
7	Оценка по 5-ти бальной шкале знаний о ЗОЖ:				
	Не знают	4	2	0	2
	Есть обрывочные сведения	1	3	3	2
	Что-то знают	23	39	40	34
	Имеют представление	41	37	39	39

	Да, знают	31	19	28	26
8	Что считают «здоровым образом жизни»: (разрешалось несколько ответов):				
	Регулярное посещение врача для профилактики	60	35	21	37
	Доброжелательные отношения с людьми	13	10	2	8
	Умение управлять эмоциями	54	21	32	36
	Интерес к информации о ЗОЖ	61	38	45	48
	Богатая духовная жизнь, наличие хобби	34	14	51	33
9	Оценка состояния своего здоровья				
	Хорошее	46	33	56	45
	Удовлетворительное	46	18	35	33
	Слабое	8	49	9	22
10	Частота наблюдения у врача:				
	Редко	82	64	61	69
	Довольно часто	8	27	19	18
	Постоянно	0	9	20	10
11	Придерживаетесь ли здорового рациона и режима питания:				
	Постоянно	19	12	10	14
	Иногда	53	12	13	26
	Не получается	28	76	77	60
12	Курят:				
	Ежедневно, более одной сигареты	18	67	53	46
	Иногда	15	5	18	13
	Бросили	13	11	9	11
	Не курят	54	17	20	27
13	Считают ли, что низкая физическая активность приводит к заболеваниям:				
	Да	90	64	91	82
	Нет	6	30	6	34
	Не знаю	4	6	3	4
14	Употребляют ли алкоголь:				
	Да	53	77	83	71
	Нет	47	23	17	29
15	Наиболее важные ценности (разрешалось несколько ответов):				
	Материальное благополучие	35	41	57	44
	Качественное образование	1	3	9	4
	Жилищные условия	6	57	62	42
	Качество питания	7	60	71	46
	Хорошее здоровье	21	85	88	65
	Привлекательная внешность	4	31	5	13
	Возможность общаться с интересными людьми	11	5	8	8
	Благополучная семья	27	49	69	48
	Условия труда	6	58	72	45
16	Для чего ведут здоровый образ жизни (разрешалось несколько ответов): Чтобы...				
	Быть сильным	23	31	68	41
	Быть всегда здоровым	74	70	90	78
	Быть успешным в делах	30	12	15	19
	В полной мере осуществлять свои способности	36	27	30	31
	Развиваться как личность	47	53	77	59
	Иметь здоровых детей	39	74	84	66
	Получать от жизни радость и удовольствие	64	91	91	82
17	Что ухудшает ЗОЖ (разрешалось несколько ответов):				
	Тяжёлая болезнь	70	82	69	74
	Жизненный кризис	61	55	57	58
	Смерть близкого человека	42	62	36	47
	Общее самочувствие неудовлетворённости	53	15	24	31
	Неудача в делах	35	8	11	18
	Влюблённость	12	9	7	9
	Чтение специфической литературы	1	7	3	4
	Стресс, плохое питание	1	9	40	17
	Всё зависит от человека	1	28	33	21

Глава 6. Социальная коммуникация как отражение и катализатор глобальных процессов в медицине, экологии, экосфере: исследования, наблюдения, задачи и сверхзадачи.

	Вредные привычки	1	7	80	29
18	Болели COVID-19:				
	Да	57	39	41	46
	Нет	43	61	59	54
19	Факторы, влияющие на здоровье молодёжи в период пандемии (разreshалось несколько ответов):				
	Социально-экологические	44	51	69	55
	Биологические	16	17	40	24
	Вирусологические	43	38	45	42
	Эпидемиологические	43	53	39	45
	Не знают	23	12	1	12
20	Вы лечились от COVID-19:				
	Стационарно	10	16	51	26
	Амбулаторно	16	34	28	23
	Самостоятельно	74	7	21	34
21	После выздоровления в постковидный синдром необходимо (разreshалось несколько ответов):				
	Укреплять иммунитет	71	84	80	78
	Соблюдать личную санитарно-гигиеническую защиту	57	78	92	76
	Соблюдать здоровый образ жизни	53	51	67	57
	Вести профилактику хронических заболеваний	48	23	37	36
	Не знают	8	9	3	7
22	Считают ли, что для постковидного восстановления здоровья нужно реализовывать государственную программу профилактики COVID-19 со здоровым населением и реабилитации постковидных больных:				
	Да	58	69	91	73
	Нет	22	13	0	11
	Не знают	20	18	9	16
23	Считают ли, что для постковидного восстановления здоровья необходимо обучать индивидуальной методике активизации жизнедеятельности и работоспособности здорового населения и бывших больных:				
	Да	56	72	63	66
	Нет	17	5	14	11
	Не знают	27	23	23	24
24	Считаете ли, что для постковидного восстановления здоровья необходимо продолжать принимать коллективные меры санитарно-гигиенической защиты:				
	Да	65	85	77	76
	Нет	19	9	20	16
	Не знают	16	6	3	8
	Во время болезни COVID-19 (разreshалось несколько ответов):				
25.	Прививались	40	38	39	39
	Ревакцинировались	8	12	21	14
	Не прививались	52	50	50	51

Понимание респондентами значения ЗОЖ, его важности для поддержания здоровья известны практически всем (рисунок 1), однако только 26% молодых людей констатируют, что они владеют знаниями о сущности ЗОЖ. Этот факт настораживает тем, что отсутствует действенное внедрение программы воспитания у молодёжи необходимых оздоровительных потребностей. Парадокс заключается в том, что только 2% ничего не знают о ЗОЖ, а остальные в большей массе своей инертны.



Рис. 1. Понимание респондентами значения ЗОЖ, его важности для поддержания здоровья

В подтверждение объективных данных, субъективные сведения о слабом состоянии здоровья достаточно велики (22%, рисунок 2) и всего лишь в 2 раза меньше количества мнений о том, что со здоровьем у них всё хорошо (45%). Этот фактор предполагает, что большинство молодёжи не знает истинного состояния здоровья.

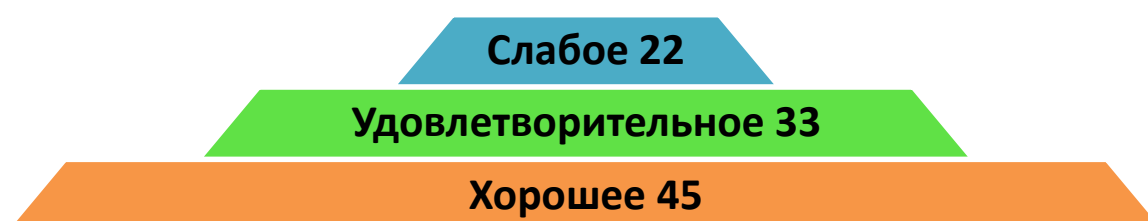
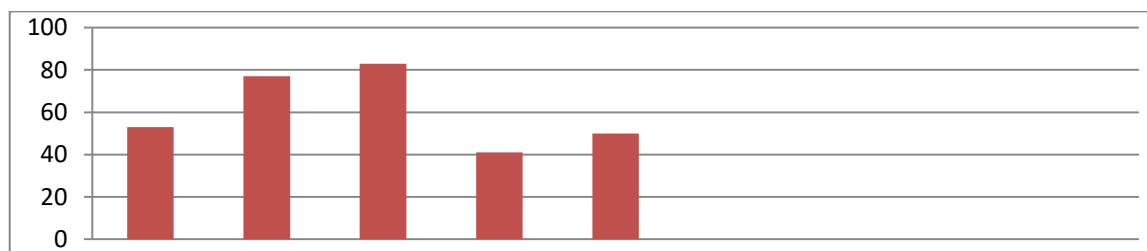


Рис. 2. Ответы 775 респондентов о состоянии своего здоровья (%)

Исследование объективно подтвердило, что борьба с курением должна быть усилена программными и административными возможностями, т. к. показатель более 55% не отвечает цели ЗОЖ. Если внимательно посмотреть на рисунок 3, то легко увидеть, что режим питания не интересует почти 80% молодёжи, а это предполагает развитие всевозможных болезней в ближайшие годы, а значит появление массы социальных проблем. Все болезни от курения и отсутствия должного режима питания в совокупности с употреблением алкоголя (83%) агрессивно усиливают патологию здоровья молодёжи, и это на глазах друзей, семьи, трудовых коллективов.

Показатель того, что 40% респондентов не прививались, а более 50% болели COVID–19, говорит об объективных зависимостях болезни от наличия прививок. Значит в постковидный период нужна работа по дальнейшей профилактике от данного вируса.



1. Курят.
2. Нет режима питания
3. Употребляют алкоголь
4. Болели COVID-19
5. Не привиты от COVID-19

Рис. 3. Ответы 775 респондентов о вредных привычках для своего здоровья (%)

Респонденты имели возможность отвечать на несколько вопросов сразу, поэтому из 9 предложенных вариантов выделили 5 (рисунок 4). Мнение молодёжи заключается в том, что материальные блага, жилищные условия, хорошее здоровье, благополучие и условия труда устраивают 45–65% опрошенных. Требования к наличию жилищных условий, как ценностей ЗОЖ, порой было в индексе 90%.

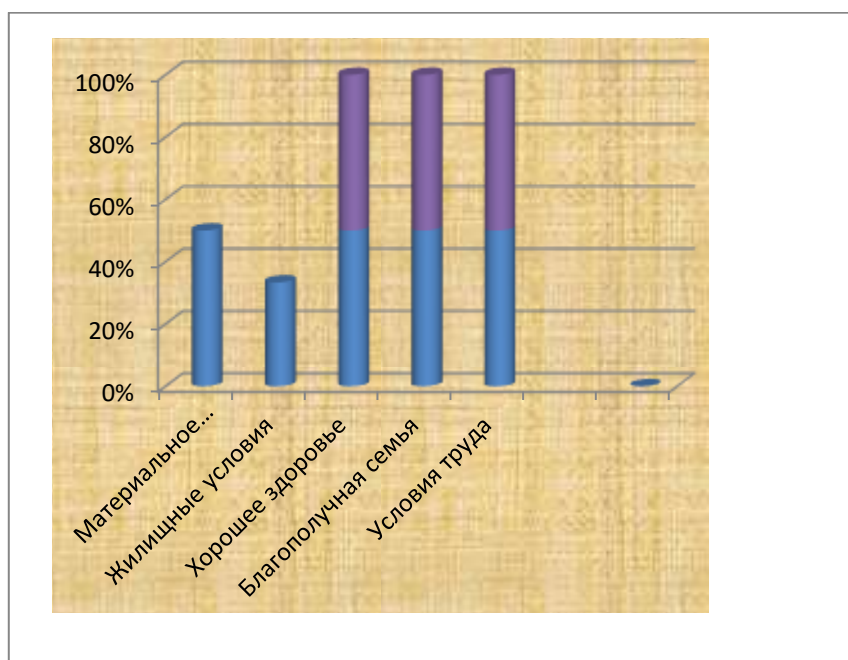


Рис. 4. Ответы 775 респондентов о ценностях ЗОЖ для своего здоровья (%)

Поскольку Минздрав и Роспотребнадзор Хабаровского края, другие организации пытаются программными мерами, фестивалями, форумами привлечь молодёжь и в целом население к остроте проблемы в постковидный период, теоретические субъективные знания респондентов о факторах, влияющих на здоровье, достаточно высокие: почти 60% (Рисунок 5). Необходимы новые научно обоснованные меры воздействия на сознание и быт молодёжи для получения объективной стабильной обстановки отсутствия заболеваемости и устойчивого развития самого ЗОЖ.

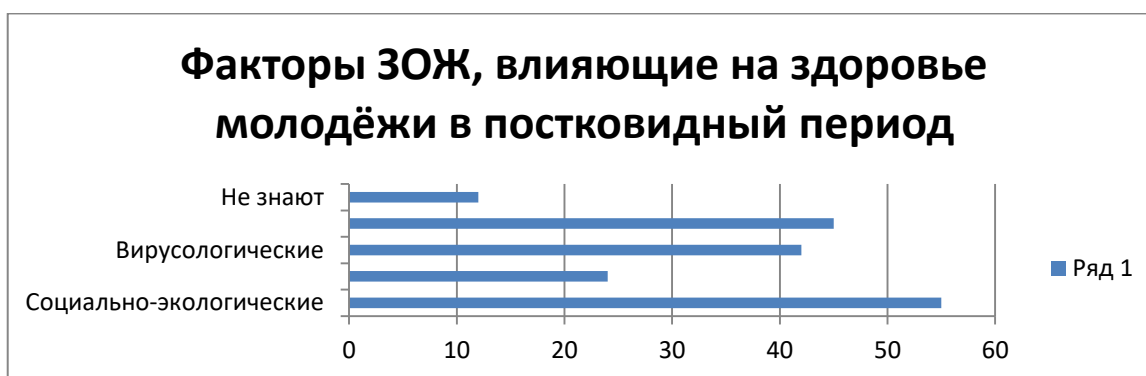


Рис. 5. Ответы 775 респондентов о факторах ЗОЖ, влияющих на здоровье молодёжи в период пандемии (%)

Исследования показали, что поддержание факторов ЗОЖ – комплексная задача, включающая создание программ профилактики и реабилитации здоровья молодёжи в постковидный период. Из предложенных факторов респонденты на уровне 20–60% выбрали (Рисунок 6): соблюдение ЗОЖ, профилактика заболеваний, укрепление иммунитета, реализация программ реабилитации, обучение методикам восстановления здоровья и устранения постковидных синдромов.

Исследования демонстрируют необходимость устойчивого развития ЗОЖ и тем самым поддерживают гипотезу о научном сопровождении всех мероприятий в программах.

Анализ проведённых исследований подсказывает организационные, образовательные и мероприятийные задачи и способы их реализации.

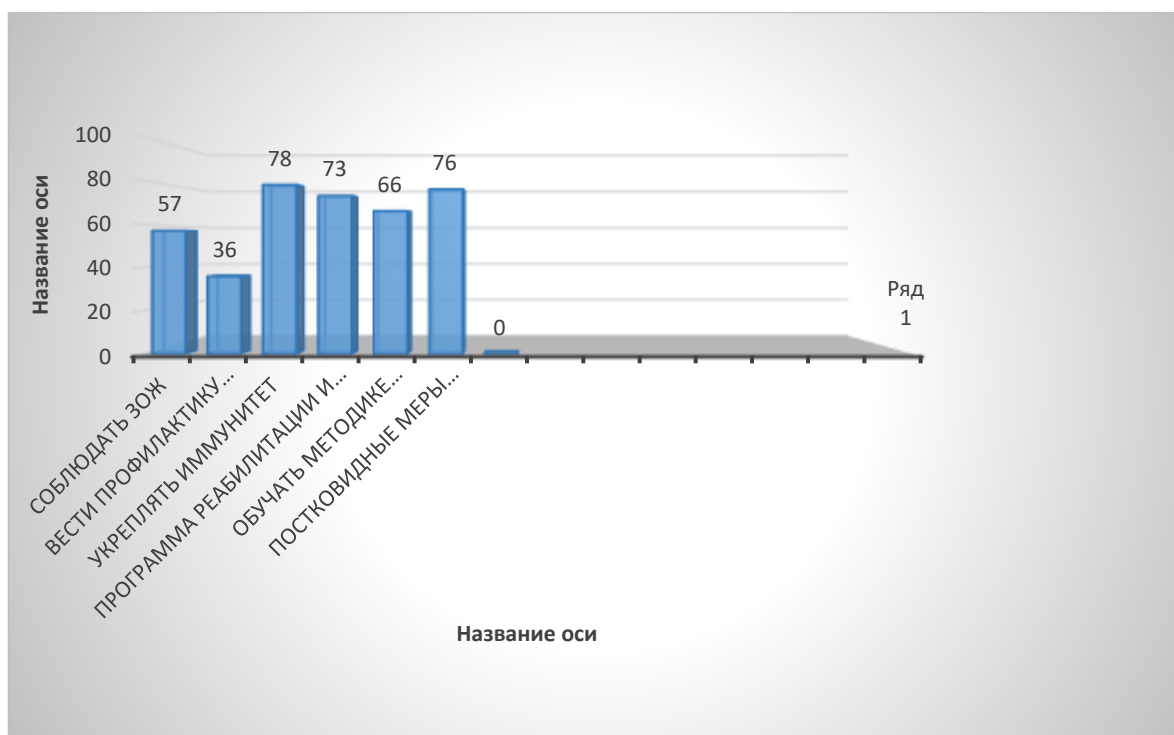


Рис. 6. Ответы 775 респондентов о поддержании факторов ЗОЖ и создании программ профилактики и реабилитации здоровья молодёжи в постковидный период (%)

Вывод: Если ЗОЖ молодёжи и забота о состоянии собственного здоровья будет предложена и закреплена законом как общенациональная идея, то после наделения полномочиями структур органов власти проявятся семейные и личностные компетенции к здоровьесоблюдающим факторам устойчивого развития ЗОЖ.

Список литературы

Власова-Сайкова В. В. Социологическое исследование здорового образа жизни. Интернет анкеты // Рустрана: [сайт]. URL: <https://anketolog.ru/mail/confirm-registration.html?id=2962197&token=M7z9ZsQRnI2X1r> (дата обращения: 10.05.2022).



Гузенина Светлана Валерьевна
Тамбовский государственный
университет имени Г. Р. Державина»
Тамбов, Россия.
dialog-lana@yandex.ru

ОЦЕНКА УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЁЖИ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. Статья посвящена презентации итогов авторского социологического исследования, целью которого выступает оценка стартового уровня сформированности экологической культуры у выпускников школ Тамбовской области с учётом измерения следующих индикаторов: экологическая информированность; обеспокоенность экологическим состоянием окружающей среды; экологические ценности; готовность к деятельности по защите окружающей среды. Респондентами стали студенты-первокурсники тамбовских вузов (ТГУ имени Г. Р. Державина, ТГТУ, ТГМПИ имени С. В. Рахманинова).

Ключевые слова: экологическая культура, молодёжь, окружающая среда, экологические проблемы, экологическое сознание, студенты

Guzenina Svetlana V.
Derzhavin Tambov State University,
Tambov, Russia.
dialog-lana@yandex.ru

ASSESSMENT OF THE LEVEL OF FORMATION OF THE ECOLOGICAL CULTURE OF THE YOUTH OF THE TAMBOV REGION

Abstract. The article is devoted to the presentation of the results of the author's sociological research, the purpose of which is to assess the initial level of formation of ecological culture among school graduates of the Tambov region, taking into account the measurement of the following indicators: environmental awareness; concern about the ecological state of the environment; environmental values; readiness for environmental protection activities. The respondents were first-year students of Tambov universities (TSU named after G. R. Derzhavin, TSU, TGMPI named after S. V. Rachmaninov).

Keywords: ecological culture, youth, environment, ecological problems, ecological consciousness, students

Молодое поколение – основа развития общества, отсутствие ценностных ориентаций в вопросах экологии именно на этом этапе жизни человека способствует его дальнейшему потребительскому отношению к природным ресурсам, что, в конечном счёте, создаёт опасность как для отдельно взятой страны, так и для всей планеты.

Экологическая культура представляет собой динамичную, открытую систему ценностных ориентаций и установок, нацеленную на воссоздание и развитие природно-социального богатства, накопленного человеческим обществом на протяжении длительного периода исторического развития [Горелов; Экология...]. Она является значительным вектором культурного развития, гарантирующим соответствие социальной деятельности требованиям жизненной пригодности природной среды.

Экологическая культура молодёжи, как особый вид культуры, характеризуется системной совокупностью экологических знаний и умений и уважительным, гуманистическим отношением ко всему живому и окружающей среде. Однако бытует мнение, что у современных молодых людей недостаточно развито ценностное восприятие окружающей среды.

Силами рабочей группы социологов Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина (руководитель д.соц.н., проф. Гузенина С. В., исполнители студ.4 курса Кулагин К. В., Киреева А. Д.) в 2022 году было проведено эмпирическое социологическое исследование с целью определения уровня экологической культуры у выпускников тамбовских школ. Исследование проведено методом онлайн-опроса, выборка квотная, респондентами стали студенты-первокурсники тамбовских вузов (ТГУ имени Г.Р. Державина, ТГТУ, ТГМПИ имени С.В. Рахманинова), в опросе приняли участие 305 респондентов различных направлений подготовки. Инструментарий был подготовлен с учётом измерения следующих индикаторов экологической культуры молодёжи:

1. Экологическая информированность;
2. Обеспокоенность экологическим состоянием окружающей среды;
3. Экологические ценности;
4. Готовность к деятельности по защите окружающей среды.

Согласно полученным экспериментальным данным, распределение по полу следующее: 68% – женщины, 32% -мужчины.

Как показал наш опрос, информацию о состоянии экологии в Тамбовской области студенты получают из самых разных источников: 46% ориентируются на собственные наблюдения в оценке экологической ситуации, 29% узнают о проблемах окружающей среды из сети Интернет, а ещё 18% из СМИ. 7% первокурсников ориентируются на информацию, полученную от знакомых, родственников и друзей. 87% первокурсников тамбовских вузов считают, что природа и человек неразрывно связаны, поэтому высшую ценность для них представляет гармоничное взаимодействие человека и природы; 7% полагают, что высшую ценность имеет природа и основная задача человека – сохранение её нетронутой во всём многообразии её форм и видов; 6% уверены, что высшую ценность представляет именно человек, всё остальное в природе ценно настолько, насколько полезно человеку.

«Часто» и «иногда», согласно полученным данным, озабочены проблемами экологии по 45% опрошенных, 8% первокурсников редко задумываются об окружающей среде и её проблемах. Лишь 1% опрошенных студентов никогда не думает о состоянии окружающей среды, 1% затруднились с ответом. Один из вопросов анкеты позволил выяснить, что именно, по мнению молодёжи, лежит в основе беспокойства за состояние окружающей среды. 39% студентов считают, что это страх за своё собственное будущее, 21% признались, что переживают за здоровье будущих поколений, 20% обеспокоены сохранением красоты окружающей среды. 18% студентов-первокурсников полагают, что в основе их переживаний лежит стремление сохранить всё многообразие природы. Экспериментальные данные выявили наличие экологического сознания и сформированной экологической культуры у молодёжи региона, очевидна проведённая просветительская работа школ Тамбовской области.

что лежит в основе беспокойства за состояние окружающей среды

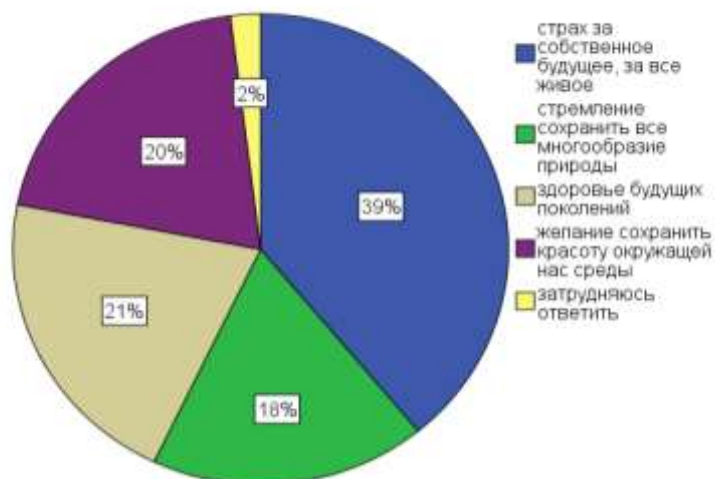


Рис. 1. Распределение мнений респондентов по вопросу беспокойства за состояние окружающей среды, %

В процессе проведения эмпирического исследования студентам первых курсов было предложено оценить состояние окружающей среды в регионе. Заметим, что Тамбовская область занимает первое место в федеральном экологическом рейтинге [Экология: общая ситуация и острые проблемы...]. Примечательно, что 57% студентов первых курсов вузов оценили экологическую обстановку в регионе как удовлетворительную, 23% (!) как неблагоприятную, 15% вчерашних школьников считают, что состояние окружающей среды в регионе вполне благополучное, а 5% затруднились с ответом.

Интересным представлялось выяснить мнение молодёжи и о конкретных, уже существующих в области экологических проблемах. Распределение ответов показывает, что главными в экологическом неблагополучии региона выступают проблемы загрязнения водоёмов (рек, озёр), мусора на улицах, загрязнения воздуха (в г. Тамбове работает химический комбинат «Пигмент»), а завершают «топ-6» наличие вредных химических веществ в продуктах питания и отсутствие в регионе зелёных насаждений (см. Таблицу 1).

Таблица 1. Распределение мнений респондентов о главных экологических проблемах региона

Главные экологические проблемы региона	Ответы		% наблюдений
	N	%	
загрязнение водоёмов	148	26,2%	72,2%
мусор на улицах	147	26,0%	71,7%
загрязнение воздуха	105	18,6%	51,2%
качество питьевой воды	103	18,2%	50,2%
вредные химические вещества в продуктах питания	37	6,5%	18,0%
отсутствие зелёных насаждений	25	4,4%	12,2%
Всего	565	100,0%	275,6%

(*в сумме больше 100% т. к. вопрос предполагал возможность выбора нескольких вариантов ответа)

Наше исследование показало, что молодёжь Тамбовщины позитивно смотрит на будущее окружающей среды в регионе, поскольку более половины (51,2%) полагают, что решение вопросов по улучшению экологической ситуации в Тамбовской области «возможно» и «скорее возможно», при этом 39% вчерашних школьников уверены, что вопросами улучшения состояния окружающей среды в регионе должны заниматься местные органы власти, а 29% отдали свой голос в решении экологических проблем организациям, отвечающим за контроль и охрану окружающей среды. 9% молодых респондентов области уверены, что участие в контроле за экологической ситуацией в регионах должна принимать федеральная власть. Примечательно, что 10% первокурсников убеждены, что за состоянием природы в городе должны следить сами местные жители, а 13% считают, что все перечисленные вместе в ответе за экологию области.

Наше исследование предполагало выявление мнений молодёжи области относительно конкретных мер по улучшению экологической ситуации в регионе. Популярными ответами стали:

- усиление контроля над соблюдением экологических норм,
- ужесточение наказания за причинение вреда природе, а также повышение уровня экологической культуры населения,
- выделение денежных средств на защиту окружающей среды,
- большее внимание к проблемам экологии со стороны власти.

Наименее популярной формой улучшения экологической ситуации стали экологические акции. Видимо, в обществе потребления такие мероприятия воспринимаются как реклама, вызывают недоверие у молодёжи.

Таблица 2. Распределение мнений респондентов о мерах по улучшению экологической ситуации в регионе

Меры по улучшению экологической ситуации в регионе		Ответы		% наблюдений
		N	%	
усиление контроля над соблюдением экологических норм, ужесточение наказания за причинение вреда природе	156	28,0%	76,1%	
повышение уровня экологической культуры	123	22,1%	60,0%	
выделение средств на защиту окружающей среды	111	19,9%	54,1%	
больше внимания к данным проблемам со стороны власти	108	19,4%	52,7%	
проведение экологических акций	57	10,2%	27,8%	
затрудняюсь ответить	2	,4%	1,0%	
Всего	557	100,0%	271,7%	

(*в сумме больше 100%, т. к. вопрос предполагал возможность выбора нескольких вариантов ответа)

По результатам проведённого эмпирического социологического исследования выявлена высокая информированность и готовность молодёжи региона к конкретным действиям для улучшения состояния окружающей среды. Молодёжь

транслирует согласие принимать участие в сортировке мусора, субботниках по уборке территории, сокращении использования пластика, покупке продукции, при производстве которой не наносится вред экологии. Гораздо реже студенты готовы снизить уровень потребления электроэнергии, экономить водные ресурсы и участвовать в экологических акциях. Студенты-первокурсники тамбовских вузов полагают, что главными критериями, способствующими более активной экологической деятельности, выступают⁵⁶:

- большая уверенность в эффективности этой деятельности (63,9%);
- осознание того, что большая часть общества также участвует в экологической деятельности (48,9%);
- продуманная организация экологических мероприятий (43,9%);
- мода на экологический образ жизни (30,7%);
- возможность получения материальной выгоды (25,9%).

Наш опрос предполагал и самоанализ, студентам предложили оценить свой уровень экологической культуры. Ответы распределились следующим образом: 66% респондентов, участвовавших в опросе, оценили свой уровень сформированности экологической культуры как «средний»; 25% опрошенных считает, что уровень их экологической культуры «высокий», 7% студентов признали свой уровень экологической культуры низким, 1% опрошиваемых затруднился ответить на поставленный вопрос. Отметим при этом, что абсолютное большинство респондентов (92%) считают экологическое просвещение школьников и студентов вузов необходимой частью образовательной программы (ответы «да» и «скорее да»), рис. 2, а уровень экологического просвещения и образования в школах, где они учились, 45%, участвующих в опросе, оценили как «средний», см. рис.3.

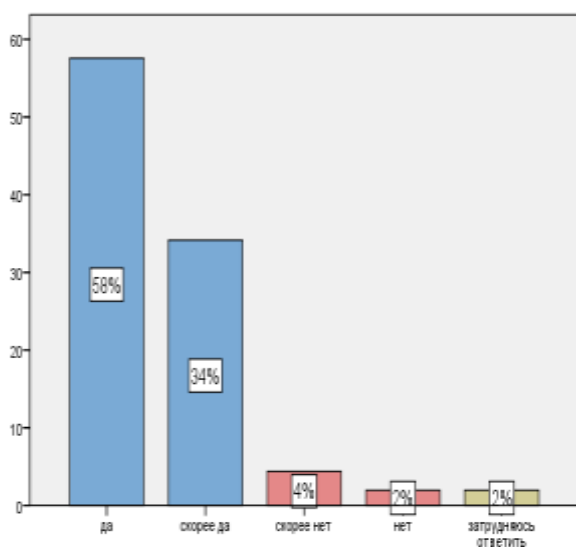


Рис. 2. Распределение мнений о необходимости экологического просвещения в вузах, %

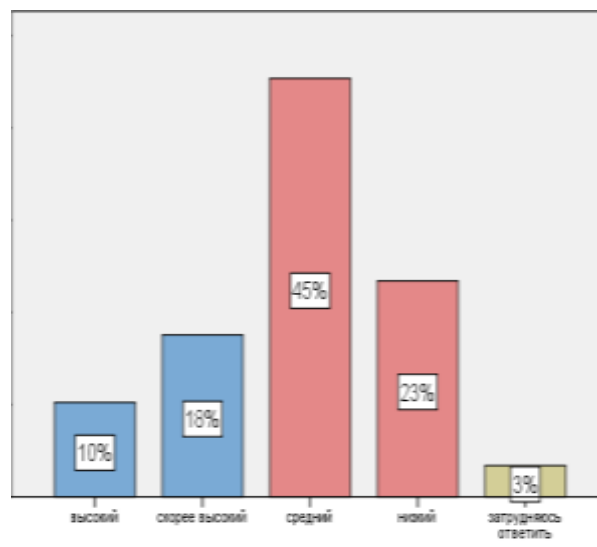


Рис. 3. Распределение оценок уровня экологического просвещения в школах, где учились, %

⁵⁶ Больше 100%, т. к. вопрос предполагал возможность выбора нескольких вариантов ответа

Таким образом, по результатам проведённого эмпирического исследования можно сделать следующие обобщённые выводы:

1. Студенты-первокурсники тамбовских вузов узнают о состоянии окружающей среды из различных источников, в основном это сеть Интернет и средства массовой информации, однако почти половина молодёжи руководствуется собственными наблюдениями и полагают, что они информированы по вопросам экологической проблематики, однако собственный уровень экологической культуры больше половины оценивают как средний, а четверть – как высокий.

2. Вчерашние школьники понимают глобальные проблемы современности, поэтому часто задумывается о проблемах окружающей среды, при этом они серьёзно беспокоят молодёжь. В основе такого беспокойства лежит страх за своё будущее (39%) и за здоровье будущих поколений (21%).

3. Молодые респонденты признают природу высшей ценностью, неразрывно связанную с человеком и понимают, что человек не собственник и не царь природы, а часть ее, один из членов естественного природного сообщества. Большинство (57%) молодёжи оценивает экологическую обстановку в регионе как удовлетворительную либо неблагоприятную (23%), несмотря на то, что область занимает лидирующую позицию в экологическом федеральном рейтинге.

4. Студенты-первокурсники ясно видят и называют главные экологические проблемы региона (загрязнение воды, мусор на улицах (и загрязнение воздуха), однако большая часть уверена (94%), что решение экологических проблем в области возможно. Брать на себя ответственность за их решение должны, по мнению респондентов, местные органы власти, а также организации, отвечающие за контроль и охрану окружающей среды. Основные, наиболее эффективные, по мнению молодёжи, средства борьбы за экологическое благополучие – усиление контроля над соблюдением экологических норм, ужесточение наказания за причинение вреда природе и повышение уровня экологической культуры населения.

5. Молодёжь Тамбовской области, принявшая участие в исследовании, убеждена: экологическое просвещение в школах и ВУЗах области необходимо, однако уровень экологического образования в школах, где учились, студенты оценивают как средний или низкий. Сами студенты для сохранения экологической ситуации готовы сократить использование пластика, сортировать мусор, участвовать в субботниках по уборке территории. Способствовать более активной экологической деятельности, по мнению молодого поколения Тамбовщины, может большая уверенность в эффективности такой деятельности, а также понимание того, что большая часть общества также участвует в такой деятельности.

Завершая статью, отметим, что задача современной системы образования состоит, видимо, не только в том, чтобы сформировать определённый объём экологических знаний, но и в обретении школьниками навыков осмысления взаимодействия общества и природы, студентами – научного анализа явлений природы, и молодёжью в целом – практической помощи по решению экологических проблем. При этом подчеркнём, что в решении экологических проблем необходимо серьёзно прислушиваться к профессионалам. Автор солидарен с экспертным мнением ведущего специалиста по социальной экологии И. А. Сосуновой относительно учёта

специфики исследования взаимодействия общества и природы. Речь идёт об обязательном учёте следующих положений:

1. принципиальное различие между природной и социальной реальностью;
2. человеческое существование гарантировано лишь в очень ограниченных пределах изменения окружающей среды [Сосунова, 2010].

Мониторинг мнения населения (в том числе молодёжи как отдельной социально-демографической группы) по экологической ситуации в отдельных российских регионах, даже занимающих лидирующие позиции в экологических рейтингах, чрезвычайно важен, поскольку отсутствие экологической напряжённости в регионе не означает отсутствия экологических проблем. Они могут находиться в латентной фазе, но их исследование и упреждающий прогноз не менее, а может, даже более важны, чем в любой другой.

Список литературы

Горелов А. А. Социальная экология: Учебное пособие /А. А. Горелов. М., 1998. 312 с.

Сосунова И. А. Методология и методы современной социальной экологии / И. А. Сосунова. М. : МНЭПУ, 2010. 399 с.

Тамбовская область – лидер экологического рейтинга страны по итогам лета-2021 // Правительство Тамбовской области : [сайт]. URL: <https://www.tambov.gov.ru/news/tambovskaya-oblast---lider-ekologicheskogo-rejtinga-strany-po-itogam-leta-2021.html> (дата обращения: 21.08.2022).

Экология: общая ситуация и острые проблемы // ФОМ : [сайт]. 8 декабря 2021. URL: <https://fom.ru/Obraz-zhizni/14659> (дата обращения: 21.08.2022).

[EDN: VAKFCO](#)



Карпенко Екатерина Викторовна
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте Российской Федерации
(Брянский филиал),
Брянск, Россия.
ekakarpenko@yandex.ru

КОММУНИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА РЕГИСТРАТУРЫ ПОЛИКЛИНИКИ: ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ (ПО МАТЕРИАЛАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы внутриорганизационных коммуникаций медицинских учреждений, поскольку это имеет непосредственное отношение к качеству медицинской помощи. Несмотря на возрастающую роль информационных технологий в здравоохранении, деятельность медицинских регистраторов при взаимодействии с пациентами по-прежнему остаётся основополагающей. Вместе с тем, проведённые исследования свидетельствуют о неудовлетворённости работой регистратуры поликлинических учреждений и самих работников регистратур. Существуют очевидные проблемы неэффективности коммуникации между регистратором и пациентом, администрацией и регистраторами. В статье представлены результаты исследования мнения регистраторов об их работе с целью определить направления совершенствования внутриорганизационных коммуникаций поликлиник, а также развития коммуникативной компетенции персонала.

Ключевые слова: коммуникативные компетенции, качество медицинской помощи, мотивация медработников

Karpenko Ekaterina V.
Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration
(Bryansk branch),
Bryansk, Russia.
ekakarpenko@yandex.ru

COMMUNICATIONS OF THE STAFF OF THE POLYCLINIC REGISTRY: AN INSIDE LOOK (BASED ON THE MATERIALS OF A SOCIOLOGICAL STUDY)

Abstract. The article discusses the issues of intra-organizational communications of medical institutions, as it is directly related to the quality of medical care. Despite the increasing role of information technologies in healthcare, the activity of medical registrars in interacting with patients remains fundamental. At the same time, the conducted studies indicate dissatisfaction with the work of the registry of polyclinic institutions, and the registry employees themselves. There are obvious problems of inefficiency of communication between the registrar and the patient, the administration and the registrars. The article presents the results of a study of the opinion of registrars about their work in order to determine the directions for improving intra-organizational communications of polyclinics, as well as the development of the communicative competence of staff.

Keywords: communicative competencies, quality of medical care, motivation of health workers

Независимо от вида осуществляемой деятельности, современная организация должна сделать ставку на постоянное улучшение качества результата труда. Качество

всё чаще становится основным элементом эффективного ведения бизнеса, фактором рыночного успеха, а также показателем организационной культуры. Медицинские учреждения относятся к организациям, для которых обеспечение высокого качества предоставляемых услуг является приоритетной ценностью. Качество услуг влияет на безопасность пациента, его жизнь и здоровье, а, следовательно, и на уверенность в медицинском учреждении. Большое значение приобретает завоевание доверия пациента на фоне эффективной диагностики лечения. Качество как цель любой деятельности и его роль продолжает расти, и это связано с внедрением стандартизации в сфере здравоохранения и принятием идеи об индивидуальном подходе к пациенту, с учётом повышающихся требований со стороны последнего.

По данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), качество является наиболее важным приоритетом в здравоохранении [Human rights and health, 2017]. Рыночный механизм в здравоохранении основан на признании рациональности поведения потребителя. Потребитель в ситуации получения медицинских услуг нередко действует под влиянием эмоций, столкнувшись с угрозой здоровью или из-за существующего информационного вакуума.

Медицинские услуги имеют характерные особенности, среди которых наиболее существенным и имеющим первостепенное значение представляется психологическая сложность самого процесса лечения и сопутствующий пациенту стресс. Ещё одной особенностью является уровень и качество взаимодействия медицинский персонал-пациент (отношение к пациенту, профессиональные знания, состояние пациента).

Медицинские услуги имеют много общего с широко понимаемыми услугами как особым процессом и спецификой результата труда, а именно речь идёт об их нематериальности и неуловимости, но в то же время они тесно связаны с риском и отсутствием гарантии эффективности. С этой точки зрения медицинский персонал должен принять меры в направлении повышения эффективности во взаимодействии с пациентами и создавать положительный и доброжелательный образ учреждения. Адекватные условия и атмосфера на рабочем месте оказывают непосредственное влияние на выполнение служебных обязанностей и качество выполняемых задач. Это особенно важно в медицинских учреждениях, где основной целью является благополучие и жизнь пациента. Соответствующее общение и синхронизация работы медицинского персонала – это возможность улучшить качество медицинской помощи.

Эта взаимосвязь имеет огромное влияние на весь процесс обслуживания, его формы и удовлетворение пациента.

Закономерно возникает вопрос о том, что же мешает взаимодействию персонала в лечебных заведениях? Работа в обстановке, полной стереотипов и необходимости быстрых действий, постоянного стресса на рабочем месте может способствовать снижению мотивации, а также удовлетворённости работой и стремления к дальнейшему развитию компетенций сотрудников. Есть много факторов, которые мешают создать хорошо функционирующую команду в медицинских учреждениях. Среди них отметим следующие: профессиональные стереотипы, незнание собственных компетенций и коллег, отсутствие взаимного доверия, разделение среди работников по профессии, уклонение от ответственности, несовершенные коммуникативные навыки. Негативное настроение среди медицинского персонала безусловно также может ощущаться пациентами. Исследователи утверждают, что имплицитные (неявные)

механизмы оценки результатов деятельности медицинского персонала работают неэффективно, поэтому в последнее время всё больше говорят о материальной и нематериальной мотивации [Колосницына, 2010].

Известно, что «многоликая и разнонаправленная социокультурная среда состоит не только из материальных носителей (тех, что видимы и слышимы), но и из виртуальных, смысловых, которые без развитых навыков понимания могут либо дать искажённое представление об окружающем мире и о месте человека в нём, либо и вовсе остаться незамеченными, несмотря на «встречи» с ними. Необходимы такие навыки также при любых вариантах общения – чтобы адекватно понимать цели и мотивы другого и, соответственно, быть понятным и адекватно понятым самому: это одно из главных условий для конструктивных взаимодействий и успешной социальной и психологической адаптации» [Адамьянц, 2020].

Сегодня, несмотря на появление информационных технологий в работе лечебно-профилактических учреждений (запись через интернет и инфомат, внедрение электронных амбулаторных карт и пр.), деятельность медицинских регистраторов при взаимодействии с пациентами по-прежнему остаётся основополагающей, ведь именно от слаженной работы регистратуры во многом зависит эффективность работы всей поликлиники. Низкая оценка пациентами деятельности регистратуры приводит к общей неудовлетворённости работой поликлиники. Проведённые в 2015–2022 гг. в Брянской области опросы граждан – получателей услуг в учреждениях здравоохранения – показали назревшую необходимость детального изучения причин неудовлетворённости пациентов работой поликлинических учреждений региона.

С целью реализации поставленной задачи были проведены три фокус-группы среди работников регистратур тех поликлиник, на которые было больше всего жалоб, в том числе и на эту службу. В исследовании приняли участие 23 сотрудника регистратуры, стаж работы в поликлинике которых составил от 1 года до 35 лет.

Гайд состоял из четырёх групп открытых вопросов. Первая группа касалась отношения работников регистратуры к их работе; вторая направлена на анализ наиболее острых проблем работников регистратуры, третья – на выявление причин неудовлетворённости работой; четвёртая – на определение запросов к руководству медицинского учреждения.

Выбор фокус-группы как качественного метода социологического исследования обусловлен тем, что с его помощью можно моделировать групповые процессы, оценить общее впечатление о ситуации, собрать информацию в виде бытующих мнений и реальных фактов из жизни участников фокус-групп, а также обсудить полученную информацию с участниками исследования. В данной ситуации использовалась групповая дискуссия под руководством модератора. Основным достоинством метода является возможность оперативного получения так называемой глубинной информации в небольшой группе.

На просьбу перечислить позитивные изменения, произошедшие в поликлинике за последний год, участники практически единодушно указали на то, что позитивные изменения произошли только для пациентов. Среди позитивных изменений были названы компьютеризация процесса записи на приём к врачу, повышение комфортности условий ожидания приёма. Этот вопрос также вызвал немало эмоций по

поводу того, что для регистраторов и других работников внедрение новшеств вылилось в то, что заметно увеличился объём работ, связанный с обработкой информации.

Называя факторы, которые были значимыми при выборе работы в поликлинике, участники чаще всего говорили о невозможности найти работу в регионе, среди других мотивов назывались нежелание сидеть дома (для тех, кто находится на пенсии), совет близких или знакомых, работающих в поликлинике. Кроме того, практически все говорили, что им нравится работа с людьми, нравится коллектив, часть участников, в том числе указала на важность близости работы к дому.

Цитаты (стиль авторов сохранен)

Так сложилось, я думала, что это временно. А теперь куда, сейчас сложно с трудоустройством. У нас у всех есть среднее специальное образование (техникум).

Я закончила институт, и мне нужно было куда-то идти работать. Пришла временно, а теперь куда уже тем, кому за 40!

Я пенсионерка, пришла работать среди людей.

Я пришла после декретного отпуска, а везде требуется стаж работы по специальности хотя бы год, а где его взять, если я сразу после института.

Работала здесь, но нужны были деньги, и я пошла на завод работать, попала под сокращение и куда? Здесь рядом с домом.

Тоже попала под сокращение, мне рядом с домом и здесь дети.

Пришла на приём к доктору, а мне позвонила соседка и предложила устроиться на работу, она здесь работала, и я так и осталась.

Появились компьютеры и уже хорошо.

Мне нравится приходить на работу и думать о том, что я могу помочь, особенно когда люди вежливы. Один раз пришёл мальчик и ему видимо нужно было пройти какую-то комиссию, и он стоит и не понимает, куда ему нужно идти, и мне стало его так жалко. Я к нему подошла, пробила все талоны, отдала карту, через некоторое время иду, а он на втором этаже уже стоит. Я к нему подошла и спросила ты всё прошёл? Просто действительно хочется помочь.

Пришла случайно, но работа мне всё равно нравится.

Я уже за 35 лет настолько привыкла. Пока я работаю, столько и хороших и плохих людей было. А так как особенно подростки или дети поступают, как родители. Уже видно, как мама будет вести ребёнка в регистратуру.

Я люблю общение с людьми и помогать им. Особенно когда бабушки подходят или дедушки, жалко.

Первоначально я просто пришла, потому что мне нужна была работа, но она мне нравится. Я в магазине работала и поняла, что получаю удовольствие от общения с людьми. Иногда подходят такие хамовитые, что даже помогать не хочется.

Тоже пришла потому, что работы не было. Знаете, когда я прихожу домой, я срываюсь на всех. Хочу поправить, что это только последние года так. Раньше было настолько интересно работать, и здоровались, и спасибо говорили.

Мне близко работать, а ещё вышла на пенсию, пенсия была маленькая, и пошла сюда.

Рассуждая о возможных причинах недовольства пациентами работой регистратуры, участники в один голос отметили, что большинство конфликтов провоцируют пациенты и никакого законного способа защищаться от их агрессии у

регистраторов нет. Раздавались сетования на то, что пациенты зачастую приходят уже настроенными на конфликт, нередко угрожают уволить регистраторов, грубят.

Цитаты

Я не в регистратуре, а в справочной, но всё же они приходят и главное результат, а если доктора нет и что делать?! Мы даём телефон, а в ответ, что не дозваниваются, на другие предложения другие причины.

Не довольны записью через интернет, им выдаётся талон, а они, приходя, думают, что мы распечатываем основной талон.

Все проблемы здравоохранения сводятся к работе регистратуры. Мы работаем с 7 часов, и весь негатив с этого времени на нас.

В основном все идут и не здороваются, даже не снимают головной убор, даже когда заходят в кабинет. Нет культуры, а мы чувствуем себя униженно, они не любят себя и не умеют общаться между собой, а мы пытаемся добиться, чтобы они нас уважали.

Изначально люди приходят настроенные на негатив. Они накапливают его и выливают на нас, нельзя повышать голос. Вот допустим, приходит мужчина: «Я не могу попасть к эндокринологу». Я отвечаю корректно и вежливо, что нет талонов, а он пугает меня тем, что пойдёт в департамент.

Другой случай мужчина стал и сказал, буду стоять и никуда не уйду. Предлагаем разное, но нужен сиюминутный результат. Первая причина недовольства – отсутствие результата, и конечно заряженность негативом изначально.

Конечно, дорога пока они добираются, например, на маршрутку опоздали. Или, например, вызов на дом – один человек на три телефона. Пациенты недовольны и врачи недовольны, потому что пациенты делают вызов за свои деньги, а я прошу их подождать. Сегодня я пошла за картами, в одну трубку говорю – две лежат, я прошу их подождать, там все слышно, и они думают, что я разговариваю с ними со всеми.

Оскорбления больше всего цепляют, я очень вспыльчивый человек, но отходчивый.

На карте пишется адрес, для более удобного поиска. Я спрашиваю: какой у Вас адрес? Она отвечает, что это не входит в мои обязанности, и вы думаете, у меня будет желание помочь ей? При этом у пациента адрес прописки, а в карте указан адрес проживания.

Очереди, а их это не устраивает. Нужно задуматься ещё о том, что одна поликлиника на весь N-ский район, а дома растут, уже не говоря о прикреплениях с других районов. У нас не хватает регистраторов на объём работы. Когда я ещё пришла на работу, было такое же количество.

Также не хватает врачей и талонов. 12 участков на 3 врача на всё отделение. На весь N-ский район один ЛОР. Недовольство просьбой предъявить паспорт и полис, за компьютером я по несколько раз спрашиваю фамилию, адрес и другие данные, из-за шумов очень сложно. Начинаешь говорить громко – не нравится, тихо – не слышно. Все согласятся с тем, что изначально люди приходят настроенные на негатив, чтобы поругаться. Например, проблемы, и они не знают, на кого это выплеснуть.

Просто так никто не ругается. Когда пациенты приходят, у нас есть руководство, которому мы подчиняемся, и я не понимаю, почему каждый входящий указывает и учит нас, как нам работать. На прошлой неделе пациенту предлагали на любой день, кроме субботы, ни времени, ни врача, ни кабинета не знают, и пришлось ходить искать.

В конце блока участников исследования попросили чётко сформулировать и прорейтинговать причины недовольства со стороны пациентов. Результат получился следующим:

1. Пациент не получает результат, за которым пришёл (в нашем случае ему по разным причинам не досталось талона на приём к врачу).
2. Имеющиеся очереди. В зависимости от дня недели, времени суток, а также расписания общественного транспорта очередь может быть и небольшой, и немалой.
3. Нехватка нужных врачей в поликлинике.
4. Многим пациентам не нравится, когда их просят предъявить необходимые документы (паспорт, полис). Люди считают это излишним, поскольку необходимая информация, по их мнению, указана в амбулаторной карте.

Здесь необходимо заметить, что проблемы неэффективности коммуникации между регистратором и пациентом были названы только после уточняющего вопроса ведущего. Регистраторы не скрывали того, что случаи некорректного поведения с их стороны бывают, однако они говорили о том, что их грубость используется как защита от агрессии со стороны пациентов.

Что бы Вы хотели изменить во взаимоотношениях с пациентами?

Чёткого ответа на этот вопрос не было, как и прежде, все предложения были направлены на модификацию поведения пациентов.

Можно просто улыбнуться в ответ и, возможно, будет такая же реакция. На меня жаловались, что нет карты, я улыбнулась, они пошли жаловаться, что вместо реакции я улыбнулась.

У мужчин проходит, если он приходит негативно настроен и ему улыбнуться, он даст обратную связь.

Если тебе нагрубили, пока идёшь за картой, нужно отойти и подойти уже с другим лицом.

Например, про улыбку, я улыбаюсь пациенту, а его это больше заводит и ещё накричал на меня, я промолчала, а он развернулся и ушёл.

Особенно с оскорблениями, один раз даже кричали: «Чучелы, подойдите к регистратуре!»

Я предлагаю сделать, как, например, это делают в банках. Стоят очереди вот, например, 4 окно, сходи и узнай. Вот, например, пациенты даже не смотрят, куда им нужно обращаться. Я беру карту, а другие три пациента пытаются отдать записки от врачей.

В пенсионном то же самое, но никто там не кричит и не возмущается. Ко мне пришёл пациент, и у него не соответствуют адреса, он мне такое высказал, хорошо, что у меня было стекло.

Пришла женщина и начала обвинять нас, что мы получаем огромные деньги и ничего не делаем.

Вчера у меня был первый день записи к эндокринологу, и даже не было времени голову поднять с 6.30 утра.

Если бы Вам поручили организовать работу регистратуры, какие изменения Вы бы предложили?

На первом месте среди предложенных направлений для изменений была заявлена необходимость создания более комфортных условий труда. Причём сотрудники говорили не о заоблачных требованиях, а о таких проблемах, как тесные помещения, удобные, стулья, оборудованная раздевалка, служебный туалет. Все регистраторы сказали о том, что увеличение объёма работ не сопровождалось увеличением штатов, а, по их мнению, существует реальная необходимость дополнительных рабочих рук.

Цитаты

Расширение площади. Всё загружено. Сложно переодеться и перекусить. У нас большой коллектив, очень неприспособленное помещение, этажом выше которого туалет.

Уходишь, а все стоят, и ты думаешь, переодеться или так идти домой, а то шлейф запаха за тобой такой...

Да, единственное думаешь, может у кого-то хуже. Все средства массовой информации доносят до пенсионеров повышение зарплаты, все думают, что медицина высокооплачиваемая

При этом пациенты не желают предъявлять нам ни паспорт, ни полис, несмотря на то, что это от них требуется. В регистратуре работает меньше людей, чем туда обращается, и никогда не было такого, что находились посторонние люди. Для людей, например, сделаны хорошие, чистые туалеты. Проблемы со служебным туалетом, когда мы туда отходим, нас просто не пропускают на рабочее место.

Я прихожу на работу в 6.30 и не могу даже отвести ребёнка в детский сад и ухожу в 7 вечера.

Очень много пациентов, особенно с утра, и они возмущаются и недовольны. Я прихожу домой, и, если заболел доктор, я обзваниваю всех пациентов, то есть я, приходя домой, продолжаю работать.

Ночью карты иногда сняты, потому что постоянно думаешь о работе.

Приходится вставать в 5.20, ребёнок ещё спит, а я уже еду в регистратуру.

Отношение к работе: за время, сколько я здесь работаю, начальство не понимает нас.

В платной медицине все, конечно, доброжелательнее, но у них на это есть время. Мы приносим домой копейки.

Как вы считаете, должна ли зависеть зарплата регистратора от мнения пациентов?

Этот вопрос вызвал замешательство среди участников. Довольно неуверенно стали говорить о том, что медицину переводить исключительно на экономические рельсы неправильно, при этом говорившие ссылались на мысли доктора Леонида

Рошала о губительности для медицины тотальной экономизации. Говорившие указали на большой риск необъективности оценок пациентов и возможные связанные с этим несправедливые действия со стороны руководства.

Цитаты

В медицине нет. Человек, приходя в поликлинику и больницу, идёт за помощью. Медицина переходит на экономические лица, и пациент не видит во враче человека – это остаётся в стороне.

Ребёнок, заходя в кабинет, не чувствует связи с врачом, тот даже иногда не смотрит на него.

Был случай: отключили свет в 11-этажном доме, все вызовы на 11 этаже в разных подъездах, и что делать.

Отключили свет, врач застряла в квартире и за два часа ей даже не предложили стул, хотя она пришла к пациенту в этой квартире.

Пришла бабушка, папа держит маленького ребёнка на руках, и она говорит, что мы вчера забыли записаться к окулисту, я предлагаю им выход, а она говорит я пришла ругаться, потому что вчера карту не нашли, хотя она лежала у врача, и она начинает ругаться, а я слово сказать не могу. Начинаешь объяснять, и понимает, перестает ругаться.

Нет, потому что мы зависим от врачей и их количества. Например, доктор забрал ключ, и я не могу взять карту, а пациенты недовольны.

Пациентка обратилась с острой болью, я все варианты предложила. Когда такие боли, мы никогда не отказываем, а она стала ругаться и пугать жалобой в департамент.

Таким образом, среди сотрудников регистратур поликлиник большинство тех, кто считает себя членом команды, у кого свои интересы совпадают с интересами поликлиники, хотя есть и те, кто не отождествляет свои интересы с интересами и учреждения, и структурного подразделения.

Кроме того, для медицинских регистраторов их работа обладает некоторой притягательностью по разным причинам, о которых было уже сказано. Однако беседы с другими работниками поликлиник и пациентами дали возможность предположить, что дополнительно к позитивным факторам данной работы можно отнести определённую престижность работы в лечебном учреждении в ситуации дефицита врачей, когда у работника регистратуры есть возможность помочь близкому человеку в обход очереди. Медицинская форма также повышает статус регистратора в глазах пациентов, «особенно когда он идёт по коридору». Медицинский регистратор, как и другие работники медучреждения, могут получить квалифицированную медицинскую помощь, и при этом рассчитывать на повышенное внимание со стороны врача (хотя далеко не все этим пользуются). К этому добавляется ещё фактор работы с интеллигентными и воспитанными людьми.

Таким образом, важным является уважение постоянных пациентов, публичность, убеждённость в полезности и значимости своей работы, осознание значительной доли ответственности, удовольствие от принадлежности к медицинской отрасли. Наши эксперты продемонстрировали высокую степень потребности в уважении и признании. В рамках исследования была проведена встреча с регистратором, которая проработала на этой должности 43 года и уже три года находится на пенсии. За всё время работы у неё была только одна грамота

поликлиники, что не позволило ей получить звание «Ветеран труда», в беседе она сказала, что работа регистратора – это сплошное унижение. Следовательно, люди говорят о необходимости уважения, ощущения своей нужности и положительной оценке достижений.

Проведённое исследование показало, что одним из элементов, повышающих эффективность лечения пациентов, может быть, среди прочего, использование общих ресурсов знаний, полученных посредством эффективного взаимодействия, т. е. интеллектуальная интеграция. Поэтому приоритетом каждого медицинского учреждения должно быть создание хорошо функционирующей команды, для которой характерны следующие особенности: равные обязательства, дополнение навыков друг друга, принятие способа выполнения задач, осознание своих функций и компетенций, конструктивная обратная связь, взаимная ответственность, уважение. Кроме того, важно избавиться от негативных стереотипов в отношении представителей медицинских профессий, которые существуют даже среди самих сотрудников. Они происходят между отдельными сегментами и могут мешать правильному сотрудничеству персонала. Также стоит обратить внимание на самой ранней стадии формирования команды, чтобы специалисты знали о необходимости сотрудничества на основе партнёрства.

Таким образом, исследование показало безусловную необходимость развития и совершенствования коммуникативных навыков сотрудников медицинских учреждений, что позволит последним эффективнее осуществлять социальное взаимодействие, обеспечивать результативность решения профессиональных задач, в том числе устанавливать адекватные межличностные отношения в различных ситуациях.

Список литературы

Адамьянц Т. З. Понимание и взаимопонимание как особый вид коммуникативной деятельности (к проблеме социализации и адаптации) / Т. З. Адамьянц // Мир психологии. 2020. № 2 (102). С. 78–88. EDN МНСJQL.

Колосницына М. Г. Мотивация персонала и методы оплаты труда в здравоохранении / М. Г. Колосницына // Мотивация и оплата труда. 2010. № 03 (23). 170 с.

Human rights and health // World Health Organization : [сайт]. 29 декабря 2017. URL: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/human-rights-and-health> (дата обращения: 10.10.2022).



Козлова Ирина Викторовна
Институт социологии ФНИСЦ РАН
Москва, Россия.
iraangarskaya@mail.ru

ВЛИЯНИЕ КИБЕРБУЛЛИНГА НА ЗДОРОВЬЕ ПОДРОСТКОВ

Аннотация. В работе предпринята попытка изучить сферу киберзапугивания среди подростков. На основе материалов Сектора социологии девиантного поведения Института социологии РАН показана связь между киберзапугиванием и отрицательными показателями психического здоровья подростков, в том числе суицидальным поведением, также обнаружена взаимосвязь между киберзапугиванием и Интернет-зависимостью.

Ключевые слова: кибербуллинг, подростки, девиантное, поведение, суицид

Kozlova Irina V.
Institute of Sociology FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
iraangarskaya@mail.ru

THE IMPACT OF CYBERBULLYING ON ADOLESCENT HEALTH

Abstract. The paper attempts to study the sphere of cyberbullying among adolescents. Based on the materials of the Sociology of Deviant Behavior Sector of the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, the relationship between cyberbullying and negative indicators of mental health of adolescents, including suicidal behavior, is shown, and the relationship between cyberbullying and Internet addiction is also found.

Keywords: cyberbullying, teenagers, deviant behavior, suicide

Кибербуллинг среди подростков является относительно новой областью исследований, тесно связанной с поведением, психическим здоровьем и развитием подростков. Материалы многолетних исследований различных форм девиантного поведения в подростковой среде, проведённых под руководством М. Е. Поздняковой сектором социологии девиантного поведения Института социологии РАН, свидетельствуют о том, что существуют определённые социальные закономерности, способствующие росту отклоняющегося поведения детей и подростков и обусловленные переходом российского общества в качественно новое состояние [Позднякова, 2020: 1995]. Это состояние обусловлено тем, что социализация детей и подростков стала носить стихийный характер, на смену традиционных институтов социализации пришло виртуальное пространство. По данным ЮНИСЕФ, около трети пользователей Интернета в мире составляют дети и подростки в возрасте до 18 лет [Доклад на международной конференции ЮНИСЕФ, 2017]. Сектором социологии девиантного поведения среди учащихся средней и старшей школы в возрасте от 11 до 17 лет проведён ряд исследований по изучению распространённости и частоты запугивания как в обычной жизни подростков, так и в интернет-пространстве. Исследования показывают, что 97% подростков пользуются Интернетом через домашний компьютер или мобильное устройство, частота использования Интернета остаётся высокой – более половины подростков заходят на веб-сайт социальной сети

более одного раза в день, а 22% заходят на предпочитаемый веб-сайт более 10 раз в день. Время работы за компьютером составляет до трёх часов в день, половина из них тратится на социальные сети, игры или просмотр видео. Обратим внимание на то, что такая вовлечённость в мир виртуального пространства может влиять негативно на неокрепшие умы подрастающего поколения, поскольку их способность к саморегуляции ограничена. Подростки подключаются к социальным сетям в то время, когда уровень их социального и эмоционального здоровья ещё не развит и делает их уязвимыми для давления со стороны сверстников. Цифровые технологии обеспечивают новую форму межличностного общения, негативной стороной которого является то, что подростки могут столкнуться с травлей в Интернет-пространстве. В научной литературе «кибербуллинг» обычно рассматривается как запугивание, осуществляемое через электронные средства массовой информации [Nixon CL, 2014: 148]. В частности, кибербуллинг среди детей и подростков можно охарактеризовать как преднамеренный и повторяющийся вред со стороны одного или нескольких сверстников в киберпространстве, вызванный использованием компьютеров, смартфонов и других устройств [Nixon CL, 2014: 148]. Данный вид запугивания состоит в отправке враждебных и агрессивных сообщений через электронные средства массовой информации, которые намереваются нанести вред другому человеку. Такие характеристики, как анонимность, доступ к электронным средствам связи и быстрое распространение аудитории приводят к тому, что кибербуллинг может затронуть неограниченное количество людей. Запугивание в социальных сетях оказывает негативное влияние на многие аспекты жизни подростков, включая вторжение в личную жизнь и психологические расстройства. Случаи киберзапугивания среди школьников могут варьироваться от 9% до 34%. Результаты исследования Сектора показали, что 36,3% школьников, представленных в выборке, один или два раза подвергались травле в Интернете.

Следует отметить, что такое запугивание носит латентный характер, информация об обидчике зачастую скрыта, происходит одностороннее воздействие на объект травли. В отличие от других видов конфликтных действий, школьник может подвергаться киберзапугиванию, находясь как в школе, так за её пределами. Анонимность может привести к усилению агрессии, поскольку виртуальный хулиган может чувствовать себя недостижимым и невосприимчивым к возмездию, кроме того, возможность прятаться за вымышленными псевдонимами или использовать чужие псевдонимы даёт хулиганам возможность сообщать вещи, которые они не хотели бы говорить в лицо, не видя эмоциональной реакции жертвы и не осознавая, что их комментарии могут быть неверно истолкованы. Из опросов школьников, выявлено, что многие подростки ошибочно принимают кибербуллинг за высмеивание сверстников, осознание серьёзности ситуации происходит только после того, как последствия уже имеют необратимый характер. Мотивация киберзапугивания, по опросам как киберхулиганов, так и их жертв, включала в себя – желание чувствовать себя лучше, собственные комплексы и неуверенность, стремление к контролю, поиск развлечения и возмездие. Наиболее часто встречающимися формами запугивания через социальные сети в школах являются обмен оскорбительными фразами (49,2%), анонимные угрозы (10,2%) и киберотчуждение, то есть исключение из круга общения (21,4%), 37%

подростков, подвергавшихся кибербуллингу, были знакомы с киберагрессором. Результаты исследования также показывают, что причинами травли в Интернете выступают: внешность жертвы (67%), её поведение (42%), часть опрошенных (27%) считают, что часто травля возникает по причине низкого социального положения жертвы. Никогда не подвергались кибербуллингу только 16% респондентов из числа опрошенных.

Вызывают интерес данные по изучению кибербуллинга, опубликованные Ассоциацией электронных коммуникаций (РАЭК), данная организация ведёт активную деятельность по привлечению внимания российских госструктур к проблемам развития российского интернет-пространства. РАЭК опубликовала результаты исследования (2017 г.) по распространённости кибербуллинга среди подростков, выборка составила 2 500 человек, в их число вошли как подростки, так и их родители, исследование охватило восемь федеральных округов. По их данным, внешность (64%) и личностные особенности (60%) занимают лидирующие позиции в списке причин травли в Интернете среди всех опрошенных возрастных групп, увлечения и хобби – 50%, национальная принадлежность – 44%. Подростки предпочитают вести себя агрессивно чаще онлайн, чем офлайн, поскольку в онлайн-пространстве их привлекает безнаказанность (46%), анонимность (33%), простота и скорость (39%), 33% подростков отметили, что выражение своего мнения в виртуальном пространстве менее болезненно, 31% отметили страх наблюдения реакций другого [Аналитика РАЭК, 2017].

Большой проблемой по выявлению киберзапугивания является то, что жертвы могут скрывать травлю, опасаясь, что родители ограничат их время в Интернете/сотовых телефонах или обнаружат информацию, которую сами подростки разместили в сети, а также из-за страха наказания со стороны агрессора или из-за боязни, что их сочтут слабыми. По результатам исследования Сектора была обнаружена взаимосвязь между кибербуллингом и Интернет-зависимостью, причём последняя понимается как постоянное стремление подключения к Сети, которое ограничивает формы развлечений и социальных отношений, серьёзно влияет на настроение и раздражительность подростка, вызывает агрессивное поведение, которое увеличивает собственную социальную изоляцию пользователя и разрушение его собственных близких отношений.

Опрос учащихся 11–14 лет показал, что более четверти подростков (26%) могут описывать случаи, когда кто-то записывал на видео, как обижали другого, при этом в 6% случаях видео выкладывалось в Интернет. Каждый десятый школьник отметил, что сам размещал чужие фото или видеоматериалы в социальных сетях с целью унижить или оскорбить другого человека. Такие данные являются крайне тревожными, требующими немедленного реагирования как общественных, так и государственных организаций. На открытый вопрос «К кому бы ты мог обратиться, чтобы поговорить о травле?» каждый четвёртый ребёнок в возрасте 11–13 лет ответил, что ему не к кому обратиться, старшие подростки ищут поддержку у друзей – 28%, в семье – 9%.

Влияние кибербуллинга может иметь более серьёзные последствия, чем традиционное издевательство, поскольку киберагрессор может действовать анонимно и легко вступать в контакт с детьми и подростками в любое время. С одной стороны, психологические последствия травли в Интернете кажутся похожими на последствия

традиционного буллинга, однако у жертв кибербуллинга выявляется большее количество социальных и эмоциональных проблем (проблемы регуляции эмоций, изоляция, нарушения сна, психологическая дезадаптация), чем у жертв традиционного запугивания [Tsaousis, 2016: 187]. Также по сравнению с традиционными жертвами, те, кто подвергается издевательствам в Интернете, демонстрируют более высокий уровень депрессии, беспокойства и одиночества [Карауш, 2020: 122].

Важное исследование о связи кибербуллинга и числа самоубийств среди подростков проведено Джаясудха Гуде (2021, Индия), учёный сделала обзор самых цитируемых статей всего мира по этой проблеме и представила результаты на ежегодном собрании Американской Психиатрической Ассоциации. По данным этого исследования, почти 9% из 96 000 опрошенных подростков подвергались травле в Интернете. Риск возникновения суицидальных мыслей был в 12 раз выше у тех, кто подвергался кибербуллингу, чем у тех, кто не подвергался. Также значительно был повышен риск самоповреждающего поведения и попыток самоубийства.

Метаанализ 33 статей и 26 независимых исследований, охватывающих 156 384 детей и молодых людей, проведённый английскими учёными, также показал, что жертвы кибербуллинга значительно чаще демонстрируют самоповреждающее поведение и более склонны совершать суицидальные попытки [Glendenning, 2018: 129].

При анализе причин, которые приводят к суициду среди подростков, кибербуллинг не всегда является «лежащей на поверхности», в виду низкой информированности и осведомлённости взрослых, которые склонны принимать подобные ситуации как «несерьёзные» и «незначительные». Можно сделать предположение, что роль травли через Интернет как главной причины суицидальных действий среди подростков чаще всего не распознается и остаётся «за кадром».

Важным практическим шагом в профилактике кибербуллинга является повышение осведомлённости взрослых, многие взрослые нынешнего родительского поколения не знают о разнообразных возможностях мобильных телефонов и Интернета в той степени, что молодёжь. Родители семи- или восьмиклассников должны быть осведомлены о потенциальной виктимизации их ребёнка и о том, как они могут начать общение, чтобы предотвратить или исправить такие инциденты.

Необходимо отметить, что несмотря на большую распространённость проблемы травли в Интернет-пространстве, в действующем российском законодательстве пока не предусмотрена ответственность за кибербуллинг как самостоятельный состав преступления. В конце 2019 г. в Государственную Думу РФ была представлена инициатива по внесению изменений в УК РФ, но соответствующий законопроект так и не был разработан. Однако отдельные формы кибербуллинга подпадают под ряд составов, предусмотренных УК РФ и КоАП РФ.

Таким образом, из-за относительно недавнего появления проблемы киберзапугивания её аспекты по влиянию на психическое здоровье подростков остаются недостаточно изученными, направление по определению и поиску личностных и средовых защитных факторов является важной научной перспективой.

Список литературы

Дети в цифровом мире // Доклад на международной конференции ЮНИСЕФ, 2017 г. // ЮНИСЕФ : [сайт]. URL: <https://www.unicef.org/> (дата обращения: 09.09.2022).

Карауш И. С. Кибербуллинг и суицидальное поведение подростков / И. С. Карауш, И. Е. Куприянова, А. А. Кузнецова // Суицидология. 2020. № 11 (1). С. 117–129. DOI 10.32878/suiciderus.20-11-01(38)-117-129

Киберугрозы, киберагрессия, кибербуллинг: различия в восприятии, оценке и поведении у разных групп населения Российской Федерации // Аналитика РАЭК : [сайт]. 2017 г. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9880/> (дата обращения: 15.09.2022).

Позднякова М. Е. Подростки в трудной жизненной ситуации: путь к преступлению / М. Е. Позднякова // Социология и общество: традиции и инновации в социальном развитии регионов : Сборник докладов VI Всероссийского социологического конгресса (Тюмень, 14–16 октября 2020 г.) / Отв. ред. В. А. Мансуров ; ред. Е. Ю. Иванова. Москва : РОС ; ФНИСЦ РАН, 2020. С. 1995–2007.

Self-Harm, suicidal behaviours, and cyberbullying in children and young people: systematic review / A. C. Glendenning, A. Marchant et al. // J Med Internet Res. 2018. № 19 (4). DOI 10.2196/jmir.9044.

Nixon C. L. Current perspectives: the impact of cyberbullying on adolescent health // Adolesc Health Med Ther. 2014. Aug. Vol. 5. P. 143–158. DOI 10.2147/AHMT.S36456.

Tsaousis I. The relationship of self-esteem to bullying perpetration and peer victimization among schoolchildren and adolescents: a meta-analytic review // Aggression and Violent Behavior. 2016. № 37. P. 186–199. DOI 10.1016/j.avb.2016.09.005.

[EDN: VHWUIN](#)



Курюкин Андрей Николаевич
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
kuriukin@inbox.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ПЕРЕД ВЫЗОВОМ ИНДУСТРИИ 4.0

Аннотация. в статье на широком материале автор делает попытку прогноза того – как, каким образом изменятся, формально и содержательно, социальные коммуникации под воздействием новых технологий Индустрии 4.0. Отталкиваясь от определения её сущности как овеществленной форме истончения грани между биологическим и кибернетическим, автор выделяет, собственно, коммуникативные проблемы, с ней связанные, даёт характеристику новой гибридной экосистеме, переходу от транслитерности к глобальным коммуникативным компетенциям, новым параметрам социальных коммуникаций, где общение будет протекать не только между людьми, но и в системе человек-машина и машина-машина

Ключевые слова: Индустрия 4.0, большие данные, интернет вещей, интернет услуги, киберфизические системы, искусственный интеллект, социум, коммуникации, социальные коммуникации

Kuriukin Andrey N.
Institute of Sociology, FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
kuriukin@inbox.ru

INDUSTRY 4.0 AS A CHALLENGE TO SOCIAL COMMUNICATIONS

Abstract. In the article on a wide material, the author makes an attempt to predict how, in what way, formally and meaningfully, social communications will change under the influence of new technologies of Industry 4.0. Based on the definition of its essence as a materialized form of thinning of the line between the biological and cybernetic, the author highlights, in fact, the communication problems associated with it, characterizes the new hybrid ecosystem, the transition from transliteracy to global communicative competencies, new parameters of social communications, where communication will not take place. only between people, but also in the system man-machine and machine-machine

Keywords: Industry 4.0, big data, internet of things, internet of services cyberphysical systems, Ii, socium, communications, social communications

Сущность Индустрии 4.0

О Четвёртой промышленной революции к настоящему моменту написано большое количество теоретических и практических работ самого разного уровня. Простой ввод термина «Индустрия 4.0» в Google даёт около 140 000 000 результатов, что обуславливает огромное множество различных интерпретаций Четвёртой промышленной революции. Парадигмальным же по-прежнему выступает понимание, предложенное Клаусом Швабом и используемое как базовое Всемирным экономическим форумом, определяя её совокупностью новых технологий, которые объединяют физический, цифровой и биологический миры, влияя на всю цивилизацию, отрасли экономики и социальные сферы. [Schwab, 2015: 3–14] Это очень ёмкое определение, включающее в себя многие технологические явления, которые можно наблюдать в экономической среде уже сегодня. В таких условиях объективно

встаёт вопрос, какие качественные изменения несёт с собой Четвёртая научно-технологическая революция по сравнению с предыдущими промышленными революциями, связанными с появлением новых технологий.

Первая промышленная революция датируется концом XVII века. Это было связано с механизацией текстильной промышленности Великобритании и строительством прототипа фабрики. Вторая промышленная революция на рубеже девятнадцатого и двадцатого веков, благодаря развитию методов автоматизации производства на заводах Генри Форда, привела к массовому производству и развитию автомобильной промышленности. Третья промышленная революция (также называемая Индустрия 3.0) разразилась в 1970-х годах и коснулась процессов автоматизации благодаря использованию новых компьютерных технологий. Четвёртая цифровая революция, также называемая Индустрией 4.0, которая наблюдается последние 5–6 лет, связана с созданием гибридных (киберфизических) систем путём интеграции физического и цифрового [Rifkin, 2011].

Индустрия 4.0 на практике включает в себя: умные фабрики, киберфизические системы, самоорганизацию, новые системы распределения и закупок, новые системы разработки продуктов и услуг, адаптацию к потребностям человека и корпоративную социальную ответственность. [Lasi, Fettke, Kemper, Feld and Hoffmann, 2014: 239–242.] По сравнению с Индустрией 3.0, ориентированной на автоматизацию отдельных машин и процессов, Индустрия 4.0 фокусируется на сквозной цифровизации и создании сложных цифровых экосистем с партнёрами по цепочке создания стоимости. В Индустрии 3.0 возможности развития зависят от ограничений технологий и ИТ-инфраструктуры, тогда как Четвёртая промышленная революция включает в себя совершенно новые решения, в которых технологии внедряются в общество и даже человеческие тела. Следует подчеркнуть, что в условиях турбулентной среды, которой мы наблюдаем прерывистость тенденций, трудно предсказать тип и степень воздействия новых технологий на социум, так-как взаимопроникают друг в друга, и признаки прорывов носят субъективный характер. Например, появление сетевых протоколов, таких как IP, стало значительным прорывом в развитии коммуникационных и технологических технологий в промышленности, и это изобретение не связано с какой-либо формально выделенной революцией.

Технологическое проникновение и степень принятия того или иного набора тенденций дополнительно зависят от состояния экономики в данной стране. Например, Четвёртая промышленная революция по-разному определяется и выражается в локальных стратегиях развития многих стран. Перечисляя здесь наиболее крупные, следует выделить передовое производственное партнёрство 2.0, созданное в США, стратегию реновации/робототехники в Японии и производственные инновации 3.0 в Южной Корее [Manhwa, Jin Hyo, Pyka, Dong Kyu, Kodama, Schiuma, Hang Sik, Jeong hwan, Kyung Bae, Kwang Ho, Min-Ren, SamYoul, Xiaofei, 2018]. Европейским лидером по строительству экономики 4.0, несомненно, является Германия. Это связано со стремлением бундесправительства поддерживать глобальную конкурентоспособность отраслей национальной промышленности, в особенности, автомобильной, за счёт внедрения в неё новых технологий и инновационных решений. В германском деловом и научном дискурсе термин Индустрия 4.0 (нем. Industrie 4.0) впервые появился на Ганноверской торговой ярмарке и определил совместную инициативу представителей

бизнеса, науки и политики, направленную на развитие конкурентоспособности немецкой промышленности. Затем федеральное правительство решило создать структуры для сотрудничества между всеми субъектами инновационной деятельности в стране. В 2013 году Платформа Индустрия 4.0 была усовершенствована путём заключения соглашения между ассоциациями БИТКОМ, VDMA и ZVEI как шаг более крупного проекта под названием «Внедрение рекомендаций для будущего проекта Индустрия 4.0». В Германии Индустрия 4.0 является частью правительственной инициативы – «Плана действий в области высоких технологий 2030» [plattform-i40.de].

В тоже время необходимо отметить, что Четвёртая научно-технологическая революция предполагает не только технологические изменения и новые тенденции в этой области: планы развития, принятые в различных странах, показывают, что основным движущим элементом развития в Индустрии 4.0 является способность внедрять новые системы в ткань общества и структуры самих предприятий. Полная интеграция двух направлений – человеческого (природного) и технологического (искусственного) – ведёт к успеху в условиях Четвёртой промышленной революции. Вместе с тем, нет нужды дополнительно аргументировать, что самой большой проблемой для лидеров внедрения инноваций являются не технологии, а люди. В то время как цифровые технологии быстро становятся товаром, успех во многом зависит от цифрового IQ организации, особенно от того, насколько хорошо её руководители, такие как генеральный директор, технический директор или ИТ-директор, определяют направления, возглавляют интеграционные процессы и сами непосредственно готовы добиваться результатов трансформаций. Успех также зависит от цифровой квалификации сотрудников, которым необходимо внедрять цифровые процессы и услуги. Это подчёркивает роль коммуникаций как одной из ведущих областей экосистемы Индустрии 4.0.

О людях и роботах: коммуникативные проблемы в Индустрии 4.0

Мы уже давно пришли к тому факту, что искусственный интеллект (ИИ) побеждает человеческий мозг во многих видах деятельности, а не только в онлайн-шахматах. Но мы всё ещё его контролируем, хотя и не можем бороться с его распространением. В таких условиях нам нужно научиться общаться и взаимодействовать с нашей гиперцифровой средой коммуникаций таким образом, который выходит далеко за рамки человеческого взаимодействия. По мере того, как в начале 1990-х годов взаимосвязанные медиа-платформы становились всё более и более разнообразными, была введена новая концепция – «Трансмедиа». Этот термин, впервые использованный Маршей Киндер в 1991 году, описывает новую социально-коммуникационную суперсистему, использующую интертекстуальность и разнообразные источники с разными уровнями взаимодействия [Kinder & McPherson, 2021]. Концепция достаточно открыта, чтобы включать средства общения и медиа, которые тогда ещё не были изобретены, такие как носимые устройства, бионические имплантаты или дополненная реальность. Индустрия 4.0 расширяет эту парадигму за пределы СМИ в область гибридных коммуникаций в мир автономных, взаимосвязанных субъектов, опосредованных искусственным интеллектом.

Ещё в 1964 году теоретик медиа Маршалл Маклюэн определил фрагментацию контента как характеристику современных ему социальных СМИ [McLuhan, 2003]. Четыре десятилетия спустя социальные сети добавили к своей сложности то, что было описано как «трансмедийный нарратив»: теперь контент распространялся по многим платформам с разной степенью взаимодействия между несколькими авторами и несколькими аудиториями. Когда машины интегрируются в систему социальных коммуникаций в качестве интеллектуальных агентов в этих динамических взаимодействиях, мы добавляем ещё один уровень сложности: часть кросс-медийного контента теперь не может быть считана людьми напрямую. В итоге, многие из этих связей и сообщений станут неизвестными, не отслеживаемыми и невидимыми для людей, так-как будут создаваться и передаваться одними киберсистемами – субъектами искусственного интеллекта для других.

Итак, как мы можем функционировать в этой гибридной коммуникационной среде? Какие навыки нам понадобятся для работы и социально-коммуникационного взаимодействия в Индустрии 4.0? Для ответов на эти вопросы следует обратиться к моделям, основанным на системе «Неметик», которые используются для анализа, отслеживания и представления гибридных взаимодействий в высокоцифровизированных средах. Но сначала давайте взглянем на эту новую среду общения. Чтобы люди могли функционировать в социально-цифровой среде Индустрии 4.0, им потребуются навыки, выходящие далеко за рамки традиционного восприятия информации на слух и чтения, и даже за пределы нового навыка «трансграмотности», понимаемого как способность общаться с использованием различных платформ, инструментов и средств массовой информации. Они должны быть в состоянии определить соответствующие модальности и стратегии для кодирования и декодирования различных типов дискурса:

- Человек<=>человек;
- Человек-машина<=>машина-человек;
- Машина<=>машина.

Новая гибридная социально-коммуникационная экосистема

В 2003 году Генри Дженкинс описал «трансмедийное повествование» как набор фрагментов, в которых «каждое средство делает то, что у него получается лучше всего, так что история может быть представлена в фильме, расширена с помощью телевидения, романов и комиксов, а её мир может быть изучен и испытан в процессе игры» [Thorburn & Jenkins]. И этот мультиплатформенный нарратив теперь расширяется и включает в себя взаимодействие человека и машины во всех существующих и будущих конфигурациях. Эти гибридные коммуникации вводят не только новые кодировки сообщений, но и новые модели коммуникационного поведения, соответствующие новой экосистеме. Но что это за новая экосистема, в которой мы живём? Мы понимаем это как сложную сеть сетей, которая объединяет Индустрию 4.0 и работает на основе искусственного интеллекта (ИИ) и новых отношений, которые будут развиваться между людьми и машинами. В этом ландшафте объекты постоянно взаимодействуют, обмениваясь данными, полученными с помощью датчиков, и добавляя их в глобальный пул больших данных. Видение

будущего – чрезвычайно сложная гибридная реальность, в которой люди и машины создают сообщества и сети в динамических кластерах интересов, действуя как индивидуально, так и коллективно, встраивая свой опыт в постоянно меняющийся коммуникативный контекст.

Чтобы понять сложность этой экосистемы, мы больше не можем полагаться только на традиционные научные дисциплины для анализа языка, общения и поведения. Наши существующие институциональные структуры, определяющие законные права и обязанности, недостаточны для определения этического поведения и взаимодействия в экосистеме Индустрии 4.0. В будущем нам потребуются модели, учитывающие суперпозицию трёх основных уровней сложности:

1. **Данные и информация – работа с агентами искусственного интеллекта.**

Программные агенты работают с данными и метаданными, которые они извлекают из баз данных, агентов-людей, датчиков контекста и других устройств для адаптивного обмена информацией, которые функционируют как личный помощник. У них есть некоторая способность к обучению, поскольку они получают больше данных и компилируют их в информацию, а также используют письменные или устные интерфейсы на естественном языке. Текущие примеры включают чат-боты, SIRI, Google Assist или Amazon Echo. Связанные вместе в Интернете вещей, эти агенты будут собирать большие данные для определения иерархии контента, состояний контекста и инструментов визуализации. Они также создадут приоритетные протоколы для доступа к сети, исходя из важности различных коммуникаций.

2. **Взаимодействие и уникальность – распознавание персонажей искусственного интеллекта.** Это не агенты, а настоящие роботы – только программное обеспечение или комбинация аппаратного и программного обеспечения. Они основаны на механизмах глубокого обучения, таких как Watson от IBM или DeepMind от Google. Эти роботы способны принимать независимые решения и учиться в своей среде и контексте. Это означает, что каждый робот – это квази-личность с различными характеристиками, которые сравнимы с характеристиками оригинальной личности. Логика этого приводит к мысли, что такие роботы будут иметь статус в обществе со своими обязанностями и правами. Они, в перспективе, сформируют отношения и будут участвовать в социальных взаимодействиях почти как то, что мы могли бы назвать «гражданами-роботами». Такое положение уже нашло отражение в резолюции Европарламента, предложившей создать особый правовой статус для роботов, чтобы самые совершенные автономные роботы могли быть закреплены за статусом электронных лиц с определёнными правами и обязанностями, в том числе обязанностью компенсировать любой ущерб, который они могут нанести, и применение электронной личности в случаях, когда роботы принимают умные автономные решения или иным образом независимо взаимодействуют с третьими лицами [Civil Law Rules on Robotics... 2017: 250].

Резолюция не содержала рекомендаций о том, что роботы должны платить налоги и делать социальные отчисления. Эти роботы приобретают социальные знания

и существуют как часть различных сообществ, включающих людей и нечеловеческих членов. Их способность принимать решения подразумевает, что машины и сети также должны соответствовать этическим принципам и нести за них ответственность. «Хартия робототехники», предложенная в резолюции Европарламента 2017 года, определяет кодекс этического поведения в этой области: структура должна быть разработана таким образом, чтобы можно было вносить индивидуальные коррективы в каждом конкретном случае, чтобы оценивать, является ли данное поведение правильным или неправильным в данной ситуации, и принимать решения в соответствии с заранее установленной иерархией ценностей... Особое внимание следует уделять этапам исследований и разработок соответствующей технологической траектории (процесс проектирования, проверка этики, контроль аудита и т. д.). Он должен быть направлен на удовлетворение необходимости соблюдения этических стандартов исследователями, практиками, пользователями и разработчиками, а также на введение процедуры для разработки способа решения соответствующих этических дилемм и обеспечения возможности функционирования этих систем этически ответственным образом [Civil Law Rules on Robotics... 2017: 252].

3. **Принятие коллективного искусственного интеллекта.** Гибридно-подключённые сети интеллектуальных объектов в Индустрии 4.0 создают взаимосвязи с людьми, независимо от того, подключены ли они через мобильные терминалы, носимые устройства, имплантаты или протезы. Эти сети будут группироваться вместе, образуя очень сложные сети сетей, на фоне которых современный Интернет кажется простым. Эти кластеры будут очень динамичными с постоянно появляющейся информацией, которая формируется и видоизменяется каждое мгновение в зависимости от человека, объекта или ситуации, к которым она обращается. Ответы и ответственность будут определяться окружающей средой и контекстом, в соответствии с этическими, социальными, экономическими и личностными стратегиями, которые различные сущности приобрели посредством программирования или обучения. В своей статье для журнала *tcworld*, Рэй Галлон и Энди Макдональд разъяснили, как это может работать на примере шопинга в торговом центре: покупатель проходит мимо обувного магазина (часть национальной сети) в торговом центре – Sam's Shoes. Ваш терминал знает, что вы купили беговые кроссовки шесть месяцев назад, и, основываясь на времени, потраченном на пробежку, и расчёте износа, делает вывод, что вы могли бы купить новую пару. Связавшись с магазином, он находит вашу марку и модель в продаже и оповещает вас. Это не предупредит вас о национальной распродаже Sam's Shoes. Это запускает информационное взаимодействие, в центре которого предложение покупателю приобрести ТУ ЖЕ САМУЮ пару кроссовок со скидкой СЕЙЧАС, потому что его телефон сделал вывод, что ТЕКУЩАЯ ПАРА БЕГОВЫХ КРОССОВОК СКОРО ИЗНОСИТСЯ. Такой уровень персонализации коммуникаций Машина-Человек вызывает у маркетологов большой энтузиазм и станет реальностью весьма скоро, даже прежде, чем мы это заметим [Gallon & McDonald, 2016: 15].

Такой вид сотрудничества может, в небольшом масштабе, обеспечить большое удобство, а в крупном масштабе помочь нам справиться с большими, сложными, «не управляемыми» проблемами. Но он также может нарушать нашу конфиденциальность,

использоваться для слежки за нами или просто создать «изолирующий купол», в котором мы знаем много о массовых данных, но ничего о наших конкретных ситуациях. Например, связи с большими данными могут дать вам не только большие объёмы необработанных данных об успеваемости 15-летних по всему миру в школьных оценках PISA, но не объяснить – почему в одной стране или социальной ситуации дети образованы и развиты лучше, чем в другой. Также из этой информации вы не узнаете, почему конкретно у вашего 15-летнего ребёнка всё хорошо или плохо. Здесь понадобится собственный набор параметров, запрограммированный специально для конкретного пользователя и его запроса, чтобы эту информацию извлечь или сформулировать.

От трансграмотности к глобальным компетенциям для Индустрии 4.0.

Трансграмотность – это способность результативно общаться через этот сложный набор платформ, инструментов и средств массовой информации, и она требует развития за пределами индивидуальных, линейных человеческих навыков, таких как чтение, письмо, слушание, речь или жестовое взаимодействие. Сложная гибридная коммуникация требует межтекстовых способностей: от перевода, корреляции или мысленной ассоциации до аналогии, понимания контекста, синтеза или коннотативной ассоциации. Эмоциональные навыки, такие как эмпатия и вовлечённость, также необходимы для добавления в матрицу обогащённой контекстуальной интерпретации. Каждый анализ в любой данный момент является рекурсивным, и мы можем анализировать взаимодействия на различных уровнях детализации.

В Индустрии 4.0 императивом является получение реальных результатов и действий из этой новой сложности. Разработчики программного обеспечения, работающие с методологиями Agile, уже знакомы с таким образом мышления. Приоритеты могут измениться в любой момент, а определения качества или полноты зависят от непосредственных случайных потребностей, которые также развиваются. Как и Agile-разработка, гибридная трансграмотность требует сложных неосязаемых проективных навыков, ориентированных на стратегию. Проблемы решаются коллективно, а навыки социального посредничества, такие как ведение переговоров, примирение или умение пользоваться социальными сетями, представляют собой дополнительную ценность, которую люди приносят за стол переговоров. Нам нужны новые специализированные аналитические инструменты для работы с этим высоким уровнем сложности. Фрактальные модели, такие как система Nemetis, предлагают трансверсальный подход, который помогает нам понять информационную фрагментацию как ключевую особенность новой системы социальных коммуникаций.

Параметры социальных коммуникаций в новой системе 4.0

Сложность новых социальных коммуникаций, трактуемая как совокупность инновационных элементов и процессов в динамических отношениях, может быть лучше понята, если рассматривать её как ряд рекурсивных паттернов, которые можно смоделировать. Учитывая тот факт, что как минимум 50% социальных коммуникаций,

а возможно и больше, в новых условиях будут протекать в контексте киберфизического взаимодействия, следует констатировать, что в понятном машине виде общение предоставляет собой кванты информационного обмена, которые вкуче и представляют собой коммуникативные процедуры. Модель киберфизического общения, таким образом, скорее всего будет функционировать как фрактальный метаязык, облегчающий общение между исследователями и человеком и машиной по разным вопросам для преодоления сложности. Основы такого общения концептуализируются сегодня в мнемоническом акростихе, описывающем взаимообучение в любом контексте и на любом уровне.

В наиболее эффективном варианте его выражают следующим образом: наблюдение без предубеждений, дискуссия без осуждения, думай, прежде чем говорить или действовать, свободный информационный обмен, гарантирующий получение необходимой информации соответствующим образом и в нужное время. Этот базовый путь предлагает четыре уровня действий, которые могут выполняться или не выполняться во время акта коммуникационного взаимодействия. Затем весь разговор концептуализируется как единый идентифицированный процесс, который можно рассматривать как систему связанных единиц (квантов), визуально представляемую взаимодействиями, имевшими место во время монолога или диалога. Прогностический анализ этих процессов показывает, что в системе социальной коммуникации будут реализованы определённые модели и волны информационного обмена, источником которых станет чрезвычайно богатая информационная среда – большие данные и результаты их осмысления и анализа акторами коммуникационных процессов. Другими словами, в новых условиях социальные коммуникации – это и процесс, и коммуникативный квант – единица обмена, которую можно изучать самостоятельно. Рекурсивный, самоподобный характер этих квантов, самостоятельных и завершённых информационных единиц, означает, они могут быть построены даже и принципу примитивной логики: Если => То, а Если => То, то То... и так ad infinitum. Простота фрактального процесса новых социальных коммуникаций в таких условиях делает его пригодным для разработки прогностических Agile-моделей, которые можно обобщить, чтобы помочь преодолеть разрыв в общении между человеком и машиной, а также для разработки стратегий сложной коммуникации в системе Больших данных на всех уровнях Интернета вещей.

Заключение

В рамках современного развития событий очевидно, что искусственный интеллект (ИИ) будет управлять многими процессами и принимать автономные решения, которые будут всё более и более глубоко влиять на социум, социальные отношения и коммуникации. Если мы, люди, хотим сохранить контроль над своей собственной жизнью и сами определять то, как ИИ взаимодействует с нами, нам нужны способы понять его, которые не включают в себя глубокое познание цифровых кодов и попытки взломать сообщения, которыми будут обмениваться машины, как его носители, и которые по своей природе не читаемы для нас. Нам не поможет попытка дублировать функции, которые ИИ всегда будет делать лучше нас. Наша роль заключается в добавлении ценности, которую могут предоставить только люди своим персонифицированным отношением к конкретным технологиям и результатам их

внедрения/применения. В этом нам может помочь анализ социальных коммуникаций на разных уровнях детализации, в рамках технологической среды Общества 4.0.

Список литературы

Civil Law Rules on Robotics European Parliament resolution of 16 February 2017 with recommendations to the Commission on Civil Law Rules on Robotics // Official Journal of the European Union. Pp. 250. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017IP0051&rid=9#:~:text=C%20252%2F241-,Thursday%2016%20February%202017,conflict%20with%20the%20First%20Law> (дата обращения: 21.09.2022).

Gallon R. Context Sensing and Information 4.0 / R. Gallon, A. McDonald // TC World, 2016. № 11. Pp. 14–18.

How to Respond to the Fourth Industrial Revolution, or the Second Information Technology Revolution? / L. Manhwa, J. Y. JinHyo, A. Pyka et al. // Journal of Open Innovation: Technology, Market, Complexity. 2018. № 4 (3).

Industry 4.0 / H. Lasi, P. Fettke, H.-G. Kemper et al. // Business Information System Engineering. 2014. № 6. Pp. 239–242.

Marshall McLuhan Understanding Media: The Extensions of Man. Gingko Press, 2003.

Media in Transition / *D. Thorburn and J. Henry* (Eds.). Cambridge, MA: MIT Press, 2003.

Rifkin J. The Third Industrial Revolution: How Lateral Power Is Transforming Energy, the Economy, and the World. Palgrave MacMillan, 2011.

Schwab Klaus The Fourth Industrial Revolution // Foreign Affairs. 2015. № 12. Pp. 3–14.

Transmedia Frictions. The Digital, the Arts, and the Humanities / Marsha Kinder & Tara McPherson (Eds.). UnCal Press, 2021. 414 p.

What is the Plattform Industrie 40? // Federal Ministry for Economic Affairs and Climate Action : [сайт]. URL: <https://www.plattform-i40.de/IP/Navigation/EN/Home/home.html> (дата обращения: 21.09.2022).



Кучер Дмитрий Евгеньевич
Российский университет дружбы народов,
Москва, Россия.
kucher-de@rudn.ru

АНАЛИЗ СТРАТЕГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИМИ РИСКАМИ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ПРИНЦИПА ПРЕДОСТОРОЖНОСТИ

Аннотация. Проанализированы пять вариантов выбора стратегии управления экологическими рисками и их особенности. Выявлены основные проблемы в оценке и управлении. Обосновано решение о приемлемости экологических рисков и его интерпретация.

Ключевые слова: экологический риск, принцип предосторожности, экологическая безопасность, управление риском, стратегия, оценка риска

Kucher Dmitry E.
Peoples Friendship University of Russia,
Moscow, Russia.
kucher-de@rudn.ru

ANALYSIS OF ENVIRONMENTAL RISK MANAGEMENT STRATEGIES THROUGH THE PRISM OF THE PRECAUTIONARY PRINCIPLE

Abstract. Five options for choosing an environmental risk management strategy and their features are analyzed. The main problems in assessment and management are identified. The decision on the acceptability of environmental risks and its interpretation are substantiated.

Keywords: environmental risk, precautionary principle, environmental safety, risk management, strategy, risk assessment

Понятие экологической безопасности в достаточной мере охарактеризовано [Кучер, 2021], при этом отмечено отсутствие единства в научной характеристике этого понятия. Ещё меньше однозначности в понятии экологического риска [Харченко, 2011], что неоднократно отмечалось многими специалистами, в частности представителями Гарвардской школы анализа риска, США (John D. Graham, John S. Evans) и представителями Штутгартского университета, Германия (Ortwin Renn). При этом оценка нормативной базы управления риском со стороны директора Федеральной службы безопасности России Николая Патрушева [Патрушев, 2007], охарактеризовавшего её как новый вид угроз национальной безопасности, представляет собой такую характеристику: «Речь идёт о возможности нанесения ущерба жизненно важным интересам Российской Федерации в результате принятия законодательных актов, «не до конца продуманных» с точки зрения правовых последствий либо разработанных в интересах определённых групп лиц. Следует отметить, что если правовые последствия и их влияние на безопасность личности, общества и государства может оценить или спрогнозировать только высококвалифицированный специалист (поскольку такой анализ необходимо проводить с учётом влияния различных факторов, в том числе иногда весьма субъективных), то недопущение принятия «заказных» законов является обязанностью

всех государственных структур, в той или иной степени участвующих в обеспечении безопасности Российской Федерации».

В отличие от некоторых других научных понятий, оценка экологических рисков особенно сложна, поскольку для их выявления и доказательства связи между их причиной и наблюдаемым повреждением теоретически нужно было бы ждать бесконечно долго, чтобы доказать, что вероятности, присвоенные определённому результату, были правильно оценены. Зачастую оценка рисков проводится на объектах, в которых трудно определить причинно-следственные связи, эффекты повреждения редки и их трудно интерпретировать, а различия как в причинах, так и в эффектах затеняют результаты (как это часто бывает с экологическими рисками). В этом случае верификация оценки становится серьёзной проблемой, и необходимы процедуры оценки для характеристики существующих значений в отношении сложности, неопределённостей и двусмысленности результатов оценки рисков. Риск-менеджеры разрабатывают различные стратегии оценки рисков и управления ими в зависимости от степени, в которой проявляется каждый из компонентов [Кучер, 2022].

Стратегия отсутствует, когда риск-менеджер ничего не предпринимает и позволяет событиям развиваться своим естественным ходом. В условиях отсутствия какого-либо риск-менеджмента на многих предприятиях и в организациях так и происходит.

Стратегия в условиях определённости основывается на проведении традиционного процесса принятия решений: данные предоставляются с помощью статистического анализа, цели определяются законодательными требованиями, а роль управления рисками заключается в обеспечении осуществления и применения мер по снижению рисков. Подобные меры реализуют риск-менеджеры и эксперты в области анализа рисков.

Стратегия в условиях риска основывается на оценке и научном анализе рисков, включая поиск силовых пороговых значений (уровни выбросов, уровни концентрации и прочие). Поскольку оценка рисков сложных проблем основана на сложных моделях и симуляциях, для обеспечения широкого и инклюзивного подхода к риску требуется широкое представительство различных научных сообществ, включая социологов, экологов, токсикологов, эпидемиологов и других.

Стратегия в условиях невежества и незнания основывается на применении принципа предосторожности и направлена на достижение устойчивости. Управление рисками основано на осторожном обеспечении разумного подхода к вариантам решений в ситуациях высокой неопределённости в отношении причин и последствий высокой уязвимости экосистем, подверженных риску. Инструменты принципа предосторожности включают требования к минимизации риска, диверсификацию агентов риска, сдерживание во времени и пространстве и тщательный мониторинг. В условиях высокой неопределённости и незнания крайне трудно провести грань между чрезмерной предосторожностью и недостаточной предосторожностью. В этой ситуации к оценке рисков необходимо привлекать все заинтересованные стороны, а также общественность и СМИ.

Стратегия в условиях высокой интерпретационной и нормативной двусмысленности основывается на необходимости проведения широких дискуссий для

достижения консенсуса в интерпретации результатов оценки рисков. Для достижения консенсуса широко применяются такие формы коммуникаций как круглые столы, конференции, совещания экспертов и законодателей. Этот подход является хорошим дополнением к чисто аналитическим процедурам как оценки, так и управления рисками.

Последние 20 лет между профессиональными сообществами не стихают разногласия о применении оценки в научном анализе рисков и применении принципа предосторожности, направленного на достижение устойчивости. Одни учёные утверждают, что стратегия предосторожности для повышения устойчивости экосистем игнорирует научные результаты и приводит к произвольным регулирующим решениям. Предупредительное заявление, что «безопасность должна быть превыше всего», может быть истолковано как указание запретить всё, что может привести к негативным побочным эффектам. Такой подход можно назвать нечётким, абсолютистским, ведущим к повышенному риску, являющимся оценочным суждением или идеологией, а также ненаучным или маргинализирующим роль науки. Некоторые аналитики утверждают, что при использовании принципа предосторожности существует риск того, что наука может оказаться «заложницей политики групп интересов». Сторонники осторожного подхода утверждают, что меры предосторожности автоматически не подразумевают запрещение веществ или видов деятельности, или вмешательств до тех пор, пока не будет накоплено больше знаний и опыта. Они обвиняют своих критиков в игнорировании сложности и неопределённости большинства вмешательств человека и в том, что они полагаются на данные, которые часто оказываются недостаточными для принятия разумных решений.

Однако лучше ошибиться в сторону безопасности, чем возлагать непредвиденное бремя на будущие поколения.

Список литературы

Кучер Д. Е. Как оценивать экологическую безопасность? / Д. Е. Кучер, С. Г. Харченко // Экология и промышленность России. 2021. Т. 25, № 9. С. 56–61.

Харченко С. Г. Есть ли в России нормативная база? / С. Г. Харченко, Е. Ю. Дорохина // Экология и промышленность России. 2011. Апрель. С. 58–61.

Патрушев Н. П. Особенности современных вызовов и угроз национальной безопасности России / Н. П. Патрушев // Журнал российского права. 2007. № 7. С. 3–12.

Кучер Д. Е. Применение принципа предосторожности в оценке и управлении экологическими рисками / Д. Е. Кучер, С. Г. Харченко // Экология и промышленность России. 2022. Т. 26, № 7. С. 62–67.

[EDN: VROZCT](#)



Люшвин Петр Владимирович

Независимый исследователь

Москва, Россия.

lushvin@mail.ru

Буянова Марина Олеговна

Национальный исследовательский университет

«Высшая школа экономики»,

Москва, Россия.

mobuianova@mail.ru

К ПРОБЛЕМЕ МИНИМИЗАЦИИ ПРИРОДНЫХ ПОЖАРОВ

Аннотация. Ежегодно в России активизируются массовые возгорания. Совмещение карт очагов пожаров с геологической информацией указывает на приуроченность значительной части возгораний к положительным аномалиям магнитного поля и массовой дегазации метана. К возгораниям также приводит окисление и разложение органического вещества, сопровождающееся выделением энергии при затрудненном теплообмене, концентрированная солнечная радиация, вулканическая лава и метеоры. Случаются пожары также с антропогенной составляющей – от стекла, пластика и иных материалов, концентрирующих солнечную радиацию. Возгораниям травяной ветоши на обочинах дорог способствуют искры от машин, окурки, автомобильный мусор, а также чёрный цвет дорог. В России для предупреждения пожаров целесообразно засеивать обочины дорог низкорастущей газонной травой и непременно её скашивать весной и осенью. Следует ввести практику полива травяных обочин. Важны также мероприятия по информированию населения.

Ключевые слова: пожары, метан, озон, солнечная радиация, травяная ветошь, дороги, информирование населения

Lyushvin Petr V.

Independent Researcher,

Moscow, Russia.

lushvin@mail.ru

Buyanova Marina O.

National Research University Higher School of Economics,

Moscow, Russia.

mobuianova@mail.ru

ON THE PROBLEM OF MINIMIZING WILDFIRES

Abstract. Every year in Russia, mass fires are activated. The combination of fire source maps with geological information indicates that a significant part of fires is confined to positive magnetic field anomalies and mass methane degassing. The oxidation and decomposition of organic matter, accompanied by the release of energy during difficult heat exchange, concentrated solar radiation, volcanic lava and meteors also lead to fires. Fires also occur with an anthropogenic component – from glass, plastic and other materials that concentrate solar radiation. Fires of grass rags on the sides of roads are facilitated by sparks from cars, cigarette butts, car debris, as well as the black color of roads. In Russia, to prevent fires, it is advisable to sow roadsides with low-growing lawn grass and certainly mow it in spring and autumn. The practice of watering grass shoulders should be introduced. Public awareness activities are also important.

Keywords: fires, methane, ozone, solar radiation, grass rags, roads, public awareness

Установлено, что большинство природных возгораний на севере России происходит из-за сухих гроз, число которых кратно увеличивается над активизированными узлами тектонических нарушений (разломами земной коры), повышенного тепло- и флюидо обмена, резкими изменениями амплитудно-частотных характеристик магнитного поля. Так, по данным Рослесхоза и МЧС, 2/3 возгораний в Якутии возникает из-за сухих гроз, на Ямале этот показатель составляет 90%. Порой выгорают целые населённые пункты, что особенно негативно сказывается на освоении малонаселённых территорий.

Пожары разрастаются в местах аномально высокой концентрации природного газа (CH_4). Повсеместны самонагревания материалов за счёт микробиологических и химических процессов. Дальнейшее природное нагревание связано с окислением и разложением органического вещества, сопровождающееся выделением энергии. В условиях затруднения теплообмена (теплоизоляции, предотвращения сноса тепла) может начаться ускорение реакций самонагревания, вплоть до достижения температуры ($t^{\circ}C$) самовоспламенения, пламенного горения (стога сена, соломы).

Возгораниям также способствует концентрация лучистой энергии «солнечные зайчики», особенно при дефиците озона и в горах, когда в разы увеличивается вклад высокоэнергетической ультрафиолетовой составляющей ($УФ$) солнечной радиации. Пожары вдоль автодорог связаны с мусорными свалками и легко воспламеняющейся от искр и окурков придорожной сухой травяной ветоши (засохшие, стоящие на корню стебли). Опасны любые предметы, способные концентрировать световой поток или его нагревать (затруднять теплообмен), например, осколки стекла или полиэтиленовой посуды. В сухой атмосфере даже двух-трёх отражений солнечного света («солнечных зайчиков»), особенно в условиях профицита $УФ$, может быть достаточно для самовоспламенения [Буянова, Люшвин, 2022].

В летний период в Подмосковном регионе может проявляться квази-приливная цикличность, выражающаяся в экстремально высоких температурах воздуха и малом количестве осадков, что способствует возникновению и разрастанию пожаров. В антициклональных условиях знойного лета 2010 горел европейский центр России, площадь пожаров в разы превысила фоновую, с ними не успевало справиться ни МЧС, ни «проверенное средство» – «крестные ходы». ⁵⁷

Главную роль среди горючих ископаемых в Московском регионе играют месторождения торфа, его запасы превышают 10^9 тонн. Наиболее значимые месторождения располагаются в Сергиево-Посадском, Шатурском, Егорьевском, Орехово-Зуевском, Талдомском и Дмитровском районах [Геодинамическое районирование Москвы]. Через многие из них проходят разломы земной коры с положительными аномалиями магнитного поля. Анализ появления гроз в Подмосковь

⁵⁷ См. Геодинамическое районирование Москвы и Московской области // alfapol [сайт]. URL: <http://alfapol.ru/geodinamicheskoe-rajonirovanie-moskvu-i-moskovskoj-oblasti/> (дата обращения: 10.10.2022).
Тектоника и минеральные ресурсы // URL: http://geo10.ru/map1042887_0_0.htm. (дата обращения: 10.10.2022).
Строение Сибирской платформы. Положение. Границы. Фундамент. Авлакогены URL: http://wiki.web.ru/images/9/95/Mazarovich_lecture_07.pdf. (дата обращения: 10.10.2022).
Последние землетрясения по данным Службы Срочных Донесений URL: http://www.ceme.gsras.ru/new/ssd_news.htm. (дата обращения: 10.10.2022). Index of /fire_reportshttp://smis.iki.rssi.ru/fire_reports/ (дата обращения: 10.10.2022).

показывает их кратное учащение над аномалиями магнитного поля (вдоль разломов, включая у торфяников Орехово-Зуева, Шатуры и южнее Егорьевска).

В конце мая на юге Подмосковья традиционно начинается сезон гроз. В сосновых борах в сухую жаркую погоду пожарная опасность достигает 4–5 класса. Достаточно искры, чтобы спровоцировать пожар. В сезон сухих гроз (когда грозы не заканчиваются проливными дождями) сыплющиеся с неба искры нередко оставляют за собой поражённые молниями деревья, которые порой загораются не сразу. Грозовой разряд, пробивая дерево, уходит в корень, в лесную подстилку, может тлеть несколько дней, прежде чем огонь вырвется наружу и перерастёт в пожар. В хвойных лесах развитию пожаров способствуют содержащиеся в хвое эфирные масла. Наиболее длительны пожары в торфяниках, площадь пожароопасных торфяных участков ≈ 75 тыс. га. Пожары на торфяниках, как правило, начинаются не раньше июля. Обусловлено это условиями возгорания торфа (деятельностью микроорганизмов в присутствии кислорода при влажности торфа ниже 40%). В июле 2010 влажность торфа упала ниже 10%.

Одна из причин катастрофического масштаба пожаров – ликвидация государственной лесной охраны, прекращение профилактики предупреждения пожаров, разрушение механизмов выявления и тушения пожаров на ранних стадиях. Ситуацию усугубляет неопределённость статуса многих территорий, зон ответственности различных ведомств и организаций за тушение пожаров на землях тех или иных категорий. Так, в 2010 большинство крупных торфяных пожаров возникло на землях запаса.

Пожары в Южной Сибири к западу от Байкала систематически наблюдаются в Алтайском и Красноярском регионах и фрагментарно в Бурятии. В 2010 ситуация кардинально изменилась. Массово горело западное Прибайкалье, причём не всё, а в основном ≈ 400 км сейсмостойкая полоса аномальных градиентов магнитного поля вдоль разлома земной коры и далее на запад вдоль разломов коры. И в других регионах Южной Сибири большинство пожаров приурочено к разломам земной коры, между Байкалом и Улан-Удэ, севернее Читы и южнее Улан-Удэ.

Летние возгорания в горах Кавказа связаны с соответствующим гористости местности приростом энергоемкой ультрафиолетовой (УФ) составляющей солнечной радиации на ≈ 5 –15%. Пожары традиционно случаются вдоль дороги Новороссийск-Махачкала.

Природные возгорания с техногенной составляющей (вдоль дорог).

Природные пожары с антропогенной составляющей часто возникают вдоль обочин автодорог с сухой травой и кустарником (искры от автомобилей, включая отлетевшие камни, окурки, бумага, резина, придорожные свалки, традиции земледелия и культов, например, отпугивание змей, пикники на обочине). Сухость травы на обочинах обусловлена прогревом дорог выше окружающей растительности (тёмный цвет дорог уменьшая альбедо, «поглощает» солнечную радиацию). Увеличению возгораний в озоновых дырах и в горах способствует рост вклада высокоэнергетической УФ составляющей солнечной радиации. Загораться легковоспламеняющиеся объекты (мусор) могут и при совмещении нескольких полей отражённой солнечной радиации («солнечных зайчиков» от капель воды или

кристаллов льда), и при концентрации солнечной радиации атмосферными лупами (термо-оптический эффект).

Для минимизации природных пожаров в России:

- не следует складировать сено-солому на разломах коры;
- в областях положительных аномалий магнитного поля следует размещать громоотводы, причём в торфяных болотах с изоляцией на глубину торфа;
- на обочинах дорог заменить дикорастущую высокую траву низкорослой газонной или луговой с обязательным скашиванием весной и осенью;
- по травяным обочинам дорог и активным разломам земной коры смонтировать трубы с разбрызгивателями воды для полива в засушливые дни и в ситуациях озоновых дыр.
- регулярно проводить мероприятия по информированию населения об антропогенных причинах пожаров.

Список литературы

Буянова М. О. О роли метана и озона атмосферы в возникновении массовых пожаров. 2022 / М. О. Буянова, П. В. Люшвин // REGNUM : [сайт]. URL: <https://regnum.ru/news/3620757.html> (дата обращения: 10.10.2022).

Геодинамическое районирование Москвы и Московской области // alfapol : [сайт]. URL: <http://alfapol.ru/geodinamicheskoe-rajonirovanie-moskvy-i-moskovskoj-oblasti/> (дата обращения: 10.10.2022).

Карта аномалий Подмосковья : URL: <http://fotokarta.info/map/map.php?url=http://www.sinkovo.com/i/map/map1> (дата обращения: 10.10.2022).

Люшвин П. В. Природные равнинные пожары и как их минимизировать – 2 // REGNUM : [сайт]. 27 марта 2018. URL: <https://regnum.ru/news/innovatio/2395754.html> (дата обращения: 10.10.2022).

Lyushvin P. V. Minimization of natural fires // Journal of Applied Science. 2020. Vol. 6, Is. 3. Pp. 38–58. DOI 10.53555/as.v6i3.3515.

[EDN: VWQOQY](https://doi.org/10.26907/2542-0406.2020.6.489-500)



Мамонова Дарья Альбертовна
Московский Государственный
Психолого-Педагогический Университет,
Москва, Россия.
mamonova.dasha@gmail.com

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ФАКТОР ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОСОЗНАННОСТИ НА ПРИМЕРЕ ДИАЛОГА КУЛЬТУР РОССИИ И ЯПОНИИ

Аннотация. В статье раскрывается понятие экологической осознанности как фактора социальной коммуникации, анализируются мировоззренческие стереотипы. В современных реалиях мы можем говорить об устойчивом развитии, связанном с экспансией взаимовыгодных отношений между Россией и странами Востока (преимущественно с Японией).

Ключевые слова: экологическая осознанность, экология, межкультурная и социальная коммуникация, диалог культур, ценностные измерения, устойчивое развитие

Mamonova Daria A.
Moscow State University of Psychology and Education,
Moscow, Russia.
mamonova.dasha@gmail.com

SOCIAL COMMUNICATION: AS A FACTOR OF ENVIRONMENTAL AWARENESS ON THE EXAMPLE OF THE DIALOGUE OF CULTURES OF RUSSIA AND JAPAN

Abstract. The article reveals the concept of environmental awareness as a factor of social communication, analyzes ideological stereotypes. In modernity, we can talk about sustainable development associated with the expansion of mutually beneficial relations between Russia and the countries of the East (mainly with Japan).

Keywords: environmental awareness, ecology, intercultural and social communication, dialogue of cultures, value dimensions, sustainable development

Социальная коммуникация в современном обществе, как способ взаимодействия, особенно ярко выражена во взаимодействии культур разных стран.

Диалог культур России и Японии – это истинная палитра взаимоотношений, насчитывающая не одну сотню лет и выходящая далеко за пределы начала официальных контактов, положенных в 1855 году подписанием Симодского трактата.

В качестве подтверждения эффективности коммуникации и взаимного уважения культур хочется привести награждение японоведа, предпринимателя и благотворителя, члена Комиссии Российской Федерации по делам ЮНЕСКО Фаттаха Каюмовича Шодиева одной из высших наград Японии – ордена Восходящего Солнца с золотыми лучами на шейной ленте. Этот орден был вручен ему «за активный многолетний вклад в развитие экономических и культурных связей между Японией и Россией». Годом ранее, в 2019 г., вышел Указ Президента России В. В. Путина о награждении Ф. К. Шодиева орденом Дружбы за укрепление российско-японских отношений.

Экология культуры, подразумевающая целостный коадаптивный механизм человека и природы, который осуществляется через отношение к окружающей природной среде и к экологическим проблемам в целом, в последнее десятилетие стала

неотъемлемой частью мировоззрения, а внимание к взаимодействию между человеком и природой существенно усилилось: причиной такого первостепенного внимания стало в первую очередь общественное переосмысление подхода к культуре как таковой и к прошлым достижениям человечества в частности. Внутренний потенциал этих достижений с точки зрения их возможной реактивации в форме сохранения или восстановления традиций был существенным образом переоценен, а сами достижения стали рассматриваться как нечто весомое, например, как осязаемый результат человеческой самореализации, с одной стороны, и, с другой, как продолжающий действовать фактор творческого развития человечества.

Экологическая осознанность или «моттаинай» – японская экологическая философия, в основу которой заложено не только бережное отношение к потребляемым ресурсам, но и глубокое уважение к каждой вещи в отдельности. Моттаинай как философия и образ мысли пришло в японскую повседневную жизнь из буддизма. Для современной Японии «моттаинай» – это философия о глубоком понимании значения каждой вещи, создания неразрывной связи между предметом и владельцем. Предмет, с его историей и значением, становится важным. Настолько важным и ценным, что от него невозможно избавиться – выбросить. И тогда к моттаинай подключается принцип 3R: reduce, reuse, recycle – сокращайте, повторно используйте, перерабатывайте. В последние годы в Японии стало расти число компаний, следующих принципу моттаинай: эти компании поддерживают экологию, доставляют продукты, которые всё ещё можно есть, нуждающимся, отдают подержанную одежду, не уступающую по виду новой, и жертвуют другие предметы первой необходимости. Такие компании объединяют в себе экологический образ жизни, философию моттаинай и благотворительность.

Экологическая осознанность россиян пока мало изученный феномен, тем не менее, результаты социологических опросов ИК «Экосоциология» РОС в 2020–2022 гг. показывают, что для социально-демографической группы молодёжи проявляется в виде определённого отношения, например, к раздельному сбору мусора. Исследование данной проблематики требует более тщательного анализа.

Больше ста лет назад вопрос экологической осознанности не ощущался столь остро в сравнении с гендерным неравенством, порождённым мировоззренческими стереотипами Японии, страной, сравнительно недавно открытой для контактов с внешними государствами.

Япония является монохронной и полихронной культурой одновременно. Японцы крайне пунктуальны, педантичны и способны заниматься только одной задачей в конкретный отрезок времени. Они будут выполнять задачу сосредоточенно, скрупулёзно, и нести за неё ответственность. Опоздание в их культуре считается крайне грубым поступком, так как показывает, что личное время ценится выше, чем время группы, с которой запланирована встреча. Япония считается монохронной в смысле последовательности и линейности исполнения, она считается и полихронной в плане распределения свободного и рабочего времени. Согласно исследованиям социологов К. Кауфман-Скарбороу и Дж. Линдквиста, полихронные сотрудники склонны более высоко оценивать вероятность того, что они успеют сделать всё намеченное на день. Япония имеет одну из самых значительных продолжительностей рабочего дня. Официально базовая рабочая неделя составляет 40 часов, однако многие японцы перерабатывают и не считают сверхурочные, так как боятся, что о них подумают, как о работниках, которые не успевают всё сделать. Для них очень важно «не потерять лицо».

К странам с высоким контекстом культуры принадлежит и Россия, для которой характерна полихронность. Полихронное восприятие времени противоположно монохронному – в нём многое происходит одновременно. Полихронное время понимается не как прямолинейный путь, а как некий узел переплетения многих проблем, поэтому оно менее ощутимо. В культурах полихронного типа большую роль играют межличностные, человеческие отношения, а общение с человеком рассматривается как более важное действие, чем принятый план действий. Поэтому представители полихронных культур более динамичны в обращении со временем. Пунктуальности и распорядку дня в этих культурах не придаётся большого значения. Индекс дистанции власти по Герту Хофстеде – 93 (неравенство в распределении прав и обязанностей между начальством и подчиненными); однако, согласно результатам всероссийского исследования, проведённого в марте–апреле 2010 г., для России типичны западные показатели «индивидуализма» и «дистанции власти», которые определяют поляризацию стран мира на Восток и Запад. При этом у России наблюдается очень высокое «избегание неопределённости», не характерное даже для большинства восточных стран, и пониженный показатель «маскулинности». В ходе исследования были сделаны выводы, что нормы, лежащие в основе хофстедовых характеристик «дистанция власти» и «индивидуализм», разделяются большинством россиян. Это свидетельствует об устойчивости «европейских корней» российской культуры. Схожесть этих показателей для стран Запада и России является аргументом в пользу утверждения, что западные формальные институты (правовые нормы, организационные структуры) будут позитивно восприняты общественным сознанием россиян. В то же время характеристики «маскулинность» и «избегание неопределённости» являются гетерогенными, что говорит о наличии определённых ценностных противоречий в общественном сознании. Сформулированы гипотезы о тенденциях изменения характеристик российской культуры: «дистанция власти» останется стабильной, «индивидуализм» и «маскулинность», возможно, будут повышаться, тенденции изменения «избегания неопределённости» не ясны. Гетерогенные характеристики «маскулинности» и «избегания неопределённости» должны, видимо, нивелироваться по мере стабилизации ситуации в России. Однако экономический кризис 2022 г. вряд ли будет способствовать чёткой артикулированности этих двух показателей в ближайшее время. Желая объединить приведённую информацию, хочется сказать, что Россия, находясь между Востоком и Западом (между молотом и наковальней), неведомым образом адаптирует под себя сложившиеся культуры, «подстраивая» их под себя.

По мнению культуролога Ю. Лотмана, «история культуры любого народа может рассматриваться с двух точек зрения: во-первых, как имманентное развитие, во-вторых, как результат разнообразных внешних влияний. Оба эти процесса тесно переплетены, и отделение их возможно только в порядке исследовательской абстракции». Становится очевидным, что прежняя, устоявшаяся система отношений общества и природы – и структура отношений внутри самого общества, – должна трансформироваться ради выживания всей системы.



Никифоров Виктор Владимирович
Благотворительный фонд «Тигрус»,
Тюмень, Россия.
viktd@mail.ru

Устьянцева Ольга Владимировна
Тюменский государственный университет,
Тюмень, Россия.
ovust@mail.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ ПАРТНЁРСТВА МЕСТНОГО НАСЕЛЕНИЯ И АДМИНИСТРАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ПАРКА (НА ПРИМЕРЕ С. АРСЕНЬЕВО, ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ)

Аннотация. Национальные парки имеют особую значимость для сохранения природного богатства и биологического разнообразия. В работе представлены результаты социологического исследования в связи с выявлением перспектив сотрудничества населения села Арсеньево с администрацией национального парка «Аньюйский».

Ключевые слова: Аньюйский национальный парк, доверие населения, коренные малочисленные народы, удэгейцы

Nikiforov Viktor V.
Charitable Foundation «Tigrus»,
Tyumen, Russia.
viktd@mail.ru

Ustyantseva Olga V.
Tyumen of University,
Tyumen, Russia.
ovust@mail.ru

PROSPECTS FOR PARTNERSHIP OF THE LOCAL POPULATION AND THE ADMINISTRATION OF THE NATIONAL PARK (BY THE EXAMPLE OF ARSENEVO, KHABAROVSK KRAI)

Abstract. National parks are of particular importance for the conservation of natural wealth and biological diversity. The paper presents the results of a sociological study in connection with the identification of prospects for cooperation between the population of the village of Arsenyev and the administration of the Anyuisky National Park.

Keywords: Anyui National Park, public confidence, indigenous peoples

В декабре 2007 года, на правом берегу реки Амур, в нижнем течении реки Анюй, был основан федеральный национальный парк «Аньюйский», он занимает участок гор Сихотэ-Алинь, наименее изменённый деятельностью человека [Приказ Минприроды...]. Национальный парк представляет собой своего рода резерват лесных экосистем в Приамурье. Возможность произрастания на территории парка целого ряда редких видов растений и обитание популяционных группировок таких животных, как тигр, белогрудый медведь, подчёркивает функционально важную природоохранную роль национального парка. Основная роль национального парка состоит в обеспечении эффективной охраной горно-таёжные экосистемы северо-западного сектора Сихотэ-Алиня, где ООПТ на сегодняшний день просто отсутствуют. В этом природоохранном

контексте особого внимания заслуживает поддержание целостности важнейших экологических коридоров, обеспечивающих возможность обмена видами между АНП и горно-таёжными ООПТ других частей Сихотэ-Алиня. Рядом с национальным парком находятся несколько небольших населённых пунктов, в том числе прямо на границе с парком село Арсеньево.

Арсеньево – это сравнительно благополучный посёлок, который удивляет дружелюбием местных жителей и относительной благоустроенностью. В состав Арсеньевского сельского поселения входят два населённых пункта: село Арсеньево и Уни. На 01.01.2020 года прописано 426 человек, проживает 433 человек, из них представители коренных малочисленных народов Севера – 131 человек (далее КМНС) [Отчёт главы Арсеньевского сельского поселения, 2019: 1]. Условно местные жители делят село на 3 части. Первая часть – собственно «село», где находится школа, почта, администрация, медицинский пункт и магазин. Жители этой части поселения живут на пенсию, изредка рыбачат в отведённых местах и в целом не склонны как-либо контактировать с работниками национального парка. Остальные две части села являют нам удивительнейший контраст, и каждая из них могла бы быть интересна туристам. Дальше всех от парка проживают «староверы», небольшая община людей, которые ведут довольно специфический уклад жизни. Ближе всего к национальному парку проживают «удэгейцы», как они называют себя, они являются последним поселением «анюйских удэгейцев».

Следует остановиться на проблемных вопросах взаимоотношения власти и местного населения:

1) *Трудоустройство*. Администрация парка находится в райцентре в с. Троицком, большинство работников парка нанимаются там же, до недавнего времени ни один житель Арсеньево не был задействован в обслуживании парка. При создании парка, помимо задачи изучения экологии этого района, собирались подписи местных жителей об их согласии с созданием парка. Со слов местных жителей, имела место договорённость, что работать в парке будут люди, проживающие в непосредственной близости от него.

2) *Правовая неосведомлённость*. Недостаточная информированность местного населения относительно географии национального парка и действующих в нём запретов и ограничений, установленных законодательством. Несмотря на то, что Анюйский национальный парк существует уже почти 15 лет, до сих пор у местного населения нет чёткого представления о том, как проходит его территориальное разделение, нет возможности определить, в какой момент их действия нарушают правила пребывания на территории парка. Единственный аспект, по которому достигнут консенсус, это 5 км радиус вокруг посёлка, в котором можно легально заниматься промыслами, сбором дикоросов и проч. Однако периодически администрация национально парка или Дирекция федеральных охраняемых территорий Хабаровского края «Заповедное Приамурье» вводит дополнительные запреты на посещение территории парка для туристов и местных жителей (особенно в осенний период нереста лососёвых на р. Анюй)

Для всестороннего изучения ситуации по заказу БФ «Тигрус» в 2017 году было проведено социологическое исследование, включающее комбинированную методику, состоящую из качественных (устных) глубинных интервью с местными жителями, лидерами общественного мнения, а также массовым опросом населения, в котором приняли участие 150 чел. (взрослое население посёлка насчитывает 380 человек). Таким образом, доверительный интервал количественного исследования составил 90%, а погрешность около 5%.

Результаты. 1) местное население не испытывает сильного негатива по отношению к национальному парку. Опрос показал, что большинство (30,19%) признаёт необходимость создания национального парка для защиты природных ресурсов, имея претензии скорее к организационной части (20,75%), либо к отдельным аспектам работы парка (27,36%). В соответствии с рассчитанным на основе полученных данных коэффициентом, уровень одобрения можно оценить как верхняя граница нормы. Несмотря на то, что на раннем этапе создания парка, как отмечали в интервью, имели место множественные конфликты местных жителей и работников парка, теперь такие конфликты происходят значительно реже и, как правило, они связаны с работой конкретных инспекторов и нарушениями конкретных жителей. Предпринята попытка оценить уровень доверия местных жителей к способности администрации решать вопросы, связанные с нарушениями на территории парка. В этой части результаты были не очень обнадеживающими, большинство жителей либо не стали бы сообщать об известных им фактах нарушения правил пребывания на территории Анюйского парка, либо затруднились в ответе на этот вопрос. В соответствии с разработанным нами коэффициентом, уровень доверия можно оценить как катастрофический, люди не станут соотносить свои действия с руководством национального парка и постараются избегать его контроля и помощи. Утешительным моментом тут может служить то, что такой показатель характерен в России в целом и по отношению к бюджетным организациям, в частности. Ситуация не является неисправимой, высокие показатели по иным направлениям говорят о том, что люди готовы к переменам, однако ожидают фактического подтверждения своих надежд.

2) Посёлок довольно перспективен как перевалочная база для туристов-посетителей национального парка, как с точки зрения маршрута, так и с точки зрения комфорта. Тем не менее оставался актуальным вопрос о том, как сами местные жители относятся к возможности появления большого наплыва туристов. Картина ответа на эту часть вопросов не так однозначна. С одной стороны, возможность заработка рассматривается достаточно позитивно, с другой стороны за исключением поселения староверов (которое можно охарактеризовать как «зажиточное»), у большей части жителей посёлка нет средств для начальных вложений для организации приёма туристов. В соответствии с разработанными показателями, уровень оценки перспектив находится в нижней границе «нормы», здесь есть над чем работать, однако нынешний уровень не вызывает никаких опасений. При реализации любой позитивной работы в этом направлении он будет повышаться. Немного противоречивые результаты были получены на вопрос относительно перспективы работы в Анюйском для респондента или его детей и относительно пожеланий касательно развития Анюйского национального парка. Так, самое распространённое пожелание было «брать на работу местных жителей», жители также с завидным постоянством выбирали эту опцию

(52,88%), с другой стороны, в интервью респонденты чаще отнекивались и отмечали, что «работать в парке хорошо, только денег мало, самому как-то попроще» (мужчина, 36 лет).

Весной 2017 года состоялась открытая встреча объединённой дирекции национальных парков «Заповедное Приамурье», администрации Ануйского, администрации Арсеньево и представителей местных жителей (каждая из основных групп имела одного или нескольких представителей). На встрече были подняты многие актуальные для местного населения вопросы. Тогда же прошла первая волна изучения местного населения, было взято несколько пилотных интервью для разработки программы и инструментария исследования. После контактов с местными жителями на постоянную работу в парке инспекторами были привлечены 3 местных жителя села (из них два удыгейца).

Опрос показал явно положительную динамику, местные жители отметили, что многие давние проблемы начали решаться. Так, несколько местных жителей были благополучно устроены на работу в национальный парк, а также местное население было проинформировано о форме и правилах регистрации транспортных средств и получения разрешения о выходе на Анюй.

Проблемным вопросом остаётся информированность местных жителей о фактической географии Ануйского национального парка, нет детальной карты, которая была бы выставлена в общий доступ, чтобы каждый житель мог с ней ознакомиться и апеллировать к ней для решения спорных вопросов. Организация подобной карты и доступа к ней позволила бы значительно повысить доверие местных жителей по отношению к Администрации, а также уменьшило количество конфликтов и непонимания с обеих сторон. Силами БФ «Тигрус» такой информационный стенд с зонированием парка был изготовлен и установлен у администрации села, однако и он не в полной мере решает все проблемы с информацией о работе парка.

Жители Арсеньево не раз упоминали во время ответов на вопросы анкеты, что не верят в справедливость наказания для браконьеров на территории парка. Предполагаем, что причина этого в том, что наказание происходит не при них, а сами они не имеют доступа к информации о задержанных и оштрафованных на территории Ануйского парка. Представляется, что эффективной формой установления обратной связи с местным населением, а также инструментом повышения доверия было бы размещение на специальном стенде информации о результатах деятельности инспекторов на территории национального парка. Должна предоставляться как информация о самих результатах, штрафах, так и о том, на основании чего такой штраф был назначен. Также необходимо размещать информацию об уже принятых на работу жителях и тех кандидатах, которые в данный момент только проходят процедуру рассмотрения. Развивая эту мысль, стоит задуматься о том, чтобы сделать открытой информацию обо всех инспекторах парка и предложить местным жителям оценивать их деятельность, раз в сезон. В данном случае анонимность может увеличить частоту волеизъявления, но в первое время вызвать бурный поток неконтролируемой критики. Реализация предложенных действий, а также продолжение работы над образом Ануйского национального парка позволит людям ещё раз убедиться в важности такой организации защиты природы. Сохранение природного богатства и природного

разнообразия – задача не только национального парка и его администрации, но и каждого человека, который с этой природой контактирует.

Список литературы

Отчёт главы Арсеньевского сельского поселения Нанайского муниципального района о результатах его деятельности за 2019 год, деятельности администрации поселения и иных подведомственных главе поселения органов местного самоуправления, в том числе о решении вопросов, поставленных Советом депутатов / Арсеньевское сельское поселение : [сайт]. URL: <http://arsenevskoe.ru/> (дата обращения: 25.09.2022).

Приказ Минприроды России от 30.05.2017 № 265 «Об утверждении Положения о национальном парке «Аньюйский» // Официальный интернет-портал правовой информации : [сайт]. URL: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 27.06.2017).

EDN: VZXMUS



Перова Анастасия Евгеньевна
Независимый исследователь,
Москва, Россия.
aeperova@yandex.ru

НООСФЕРА XXI ВЕКА: ПРИРОДА, ЧЕЛОВЕК И СМИ

Аннотация. В статье исследуется феномен быстрого развития социальной коммуникации в сфере экологического просвещения. От 70-х годов прошлого века к 2020-ым, когда «зелёная» инициатива постепенно захватила мир, от политиков и блогеров до простых граждан. Не оставаться равнодушным – большое требование, ведь незнание о проблемах уже почти невозможно. Техническое развитие СМИ тут добавляет своё измерение, раз люди начинают присоединяться к деятельности каналов. Интернет выступает фасилитатором позитивной глобализации, и мир становится «глобальной деревней», по М. Маклюэну. Примечательно, но это характерно и для России.

Ключевые слова: экологическое просвещение, «зелёные», Интернет, глобальная деревня, СМИ

Perova Anastasiia E.
Independent Researcher,
Moscow, Russia.
aeperova@yandex.ru

NOOSPHERE OF THE XXI CENTURY: NATURE, HUMAN BEING AND MEDIA

Abstract. The article studies the phenomenon of a fast development of the social communication in the field of ecological enlightenment. From the 70-s to 2020-s, when the «green» initiatives have steadily won the world's attention, from politicians to bloggers and ordinary people. Not to stay indifferent is a huge demand, because not-knowing about the problem is already not possible. The technical development of the media here adds a new dimension, as people start adding their effort to the work of TV- and Internet-channels. The Internet becomes a facilitator of the positive globalization, and the world has turned into a «global village», according to M. McLuhan. A positive fact, this new trend is also valid for Russia.

Keywords: Ecological enlightenment, «greens», the Internet, global village, media

В современном мире, с его любовью к знаменитостям и блогерам, хорошо прослеживается тренд, который нельзя не замечать. Инфлюенсеры, то есть люди, влияющие на медиа-среду, всё чаще прибегают к «зелёной» тематике. История довольно стара: человечество в своём развитии часто уделяло время изучению темы взаимоотношений человека и природы, «материнские» (мать-Земля) и «царские» (человек-царь природы) темы знакомы каждому.

Однако именно в XX веке в США и на севере Европы проклюнулись ростки новой науки, сродни мировоззрению. Под общим названием, заимствованным у главного цвета природы – зелёным, стали работать и политические партии, и каналы блогеров, и новые тенденции, вплоть до диет. «Зелёный» – это целый образ жизни, который питает и привлекательный шведский минимализм, и агрессивных правозащитников. Это тема, которая не покидает обсуждающий её Интернет.

Если присмотреться поближе, то станет ясно, что корни у «зелёного» мировоззрения глубоки. То, что с ним происходит сейчас, близко к концепции советского учёного В. И. Вернадского, его идее о ноосфере.

Великий учёный писал: «Мы присутствуем и жизненно участвуем в создании в биосфере нового геологического фактора, небывалого в ней по мощности... Создание ноосферы из биосферы есть природное явление, более глубокое и мощное в своей основе, чем человеческая история... Это новая стадия в истории планеты, которая не позволяет пользоваться для сравнения, без поправок, историческим её прошлым. Ибо эта стадия создаёт, по существу, новое в истории Земли, а не только в истории человечества» [Вернадский, 2022]. Ноосфера подразумевает, что человек – не единственное мыслящее существо на планете, и камни, и вещества, и животный и растительный миры обладают разумом. Но в этот период развития планеты мы впервые понимаем, насколько мы вместе – и как способны менять свой живой мир.

Экологическое просвещение – это действительно проблемная, как отмечалось многими социологами, тема. Люди часто не готовы менять свою жизнь, обзаводиться полезными привычками, влияющими на среду, когда многое приходит в их жизнь уже готовым: наборы еды, комплекты одежды, новости и картинки в СМИ, список можно не продолжать.

«Парадокс Гидденса» [Гидденс, 2021] заключается в том, что человек не готов менять свою деструктивную роль для окружающей среды, пока не будет слишком поздно и до того скрытые глобальными масштабами экосферы проблемы (например, климатические изменения и последствия парникового эффекта) не станут очевидными, неизбежными и неподконтрольными.

Подобная взрывоопасность природы, нашего общего дома, распространилась и на мировую политическую сферу (отказ о атомной энергии в Германии, поиск альтернативных источников энергии в Исландии и Испании). Во многих странах, и Россия не исключение, создаются «зелёные» партии, с традиционными жизненными, а не только природоохранными ценностями.

«Наше желание питаться экологически чистыми продуктами, дышать свежим воздухом, делать наш мир, жизнь наших детей более безопасными, обладать достоверной информацией об экологии мест, где мы живём, – это не завышенные требования, это нормальные потребности разумного человека», – слова из манифеста Российской экологической партии «Зелёные» [Точка соприкосновения...].

Сейчас – и это позитивное изменение – очевидно, что ситуация меняется. «Зелёный» образ жизни становится модным, в нём много течений и инициатив: от стимулирования производства эко-продуктов отечественными фермерами, до детокс-дней с отказом от использования электрических устройств. Раздельный сбор мусора и участие в акциях Гринпис или WWF по сбору и посадке желудей или сдаче использованных лампочек и батареек – не требующие больших энергозатрат мероприятия, однако они приносят новые эмоции, мысли и опыт в наши жизни. К большому облегчению, большинству населения не надо уже объяснять, насколько важны даже такие, мелкие шаги.

Самое примечательное тут не только азарт, с которым люди готовы к новым – и в таких масштабах это действительно новое дело – действиям и акциям, но и феномен активизации участия СМИ. Активисты используют возможности Интернета для привлечения официальных государственных телеканалов и платформ; пишут тексты, снимают и присылают фото – и видео – свидетельства очевидцев, осознавая, что крупные СМИ «охотятся» за такими кадрами. Сеть становится не только средством связи, но и самостоятельным актором. Канадский социолог М. Маклюэн называл

подобный феномен «глобальной деревней» [Маклюэн, 2015], заметив горизонтальность интернет-направленности информации. И действительно, люди всё чаще общаются не на форумах, а в мобильных приложениях. Большая вовлечённость аудитории видна и по комментариям, и по скорости реакции (пусть даже в виде смайликов). Люди понимают и принимают контент в его многоликости, не всегда официальной сущности, и сами выбирают его производителя, будь то круглосуточные каналы или независимые интернет-платформы.

Самое главное, что качественная информация становится доступней. И школьник может открыть в Интернете годовой доклад международной организации, скажем, ВОЗ (Всемирная организация здравоохранения) или ВМО (Всемирная метеорологическая организация), ознакомиться со статистикой и выводами экспертов, полезными для принятия самостоятельных решений.

Вовлечение добровольцев и волонтеров в экологосохранную деятельность, особое лицо «зелёных» журналистов и инфлюенсеров показали, что «зелёный» – это уже самоопределение. Если человек отказывается от общества потребления и переходит на сторону осознанности своей экологической значимости – это уже серьёзный шаг к изменению привычек и взглядов, опеределённым социальным трансформациям. Усилия человечества в «зелёных» инициативах «снизу» не могут пройти незамеченными.

Список литературы

Вернадский В. И. Биосфера и ноосфера / В. И. Вернадский. М. : АСТ, 2022. 640 с.

Гидденс Э. Основные понятия в социологии / Э. Гидденс, Ф. Саттон. М. : ВШЭ, 2021. 336 с.

Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего / М. Маклюэн. М. : Академический проект, 2015. 448 с.

Точка соприкосновения. Манифест // Российская экологическая партия «Зелёные» : [сайт]. URL: <https://partygreen.ru/manifest/> (дата обращения: 20.09.2022).



Питайкина Инна Анатольевна
Пензенский государственный университет,
Пенза, Россия.
persey@bk.ru

СРЕДСТВА МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СИСТЕМЕ ПРОФИЛАКТИКИ ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЁЖИ

Аннотация. Объектом исследования является молодёжь как социальная группа, наиболее подверженная негативному воздействию со стороны сообществ и групп в социальных сетях в процессе коммуникаций. Особое внимание уделено трансформации коммуникационного пространства в условиях формирования нового этапа общественного развития, основанного на информационно-коммуникационных технологиях. Отмечена роль средств массовой коммуникации в общем механизме превентивной профилактики деструктивного поведения.

Ключевые слова: молодёжь, девиантное поведение, социальные сети, массовые коммуникации

Pitaikina Inna A.
Penza State University,
Penza, Russia.
persey@bk.ru

MEANS OF MASS COMMUNICATIONS IN THE SYSTEM OF PREVENTION OF DEVIANT BEHAVIOR OF YOUTH

Abstract. The object of the study is young people as a social group most susceptible to negative impact from communities and groups in social networks in the process of communication. Particular attention is paid to the transformation of the communication space in the context of the formation of a new stage of social development based on information and communication technologies. The role of mass media in the general mechanism of preventive prevention of destructive behavior is noted.

Keywords: youth, deviant behavior, social networks, mass communications

Современные вызовы глобального характера значительно меняют взаимодействия между людьми. Происходят глубинные изменения коммуникативной природы существующей реальности, связанной с формированием нового этапа общественного развития, основанного на информационно-коммуникационных технологиях. Так, например, пандемия COVID–19 во много раз увеличила общение молодёжи посредством сети Интернет, заменив «живое» общение на некий суррогат в виде видеосвязи, мессенджеров Telegram, WhatsApp, Steam, Skype, Viber, платформ типа Zoom, Discord, TeamSpeak и др.

Изменение каналов социальных коммуникаций происходит в результате изменения материальных, экономических, социальных, политических, духовных, культурных условий существования. Однако эти процессы могут существенно ускоряться, формируя новые социальные практики, когда нормы и этика прежних способов коммуникаций входят в противоречия с новыми средствами массовых коммуникаций. С одной стороны, трансформации социальной среды только подстегнули объективные процессы цифровизации, ускорили внедрение новых способов коммуникаций и переход их в разряд обычных ежедневных практик. Так, в период пандемии практически все учебные заведения перешли в дистанционный

режим работы. Поначалу, несмотря на понимание необходимости данного процесса в сложившихся условиях сообществами родителей и учителей, оценка социумом дистанционной формы обучения была противоречивой с превалированием отрицательных оценок её эффективности. Однако после снятия ограничений в результате снижения уровня заболеваемости COVID-19 не все учебные заведения полностью вернулись к очному офлайн-формату обучения. Несмотря на сильное сопротивление в начале перехода на дистанционный формат, данная форма обучения показала свою эффективность в определённых областях, например, возможность организации и проведения дистанционно лекций, когда сам лектор и слушатели могут быть из разных регионов, стран, а встреча проводится на той или иной Web-платформе.

Данные процессы, меняя прежние форматы социальных коммуникаций, формируют новое социальное явление, представляющее интерес для научного исследования и осмысления. Интернет как средство передачи информации имеет много положительных моментов, таких как скорость доставки, удобство использования посредством гаджетов и др. Отрицательные стороны зачастую связаны не с самим Интернетом как глобальной системой взаимосвязанных компьютерных сетей, а с коммуникатором – лицом, ответственным за создание и передачу информации в речевой, текстовой, аудио- или видеоформах. Согласно проведённым в 2020 г. статистическим исследованиям, активнее всего Интернетом пользуются люди в возрасте 25–44 лет. Следом идут молодые люди от 18 до 24 лет, а лица до 18 лет и старше 45 лет «замыкают» тройку лидеров. Однако важна цель, ради которой люди пользуются Интернетом: для работы, развлечения, серфинга. Если учитывать всех пользователей Интернета как конечных потребителей, то в лидерах активных пользователей окажутся дети, так как видеоигры, просмотр мультфильмов с различных гаджетов через Интернет также будет приравнивать их к пользователям. Современная молодёжь практически не смотрит телевизор, не слушает стационарное радио, не читает книг, газет, журналов. Большая часть молодёжного сообщества общается посредством мессенджеров и социальных сетей. В молодёжной среде происходит замена Интернет-коммуникациями прежних распространённых форм общения. Молодёжи гораздо проще знакомиться, вести беседы по интересам, обсуждать проблемы, делиться сокровенным посредством социальных сетей и мессенджеров, чем в офлайн-общении. Происходит трансформация коммуникационного пространства в целом как системы многообразных коммуникационных связей, возникающих между различными акторами в социуме на основе цифровизации всех сфер, включая культурную, образовательную, экономическую, политическую. Возникают цифровые двойники как зона пересечения виртуального и реального миров. Особенностью данного процесса является расширение возможностей воздействия на молодое поколение посредством втягивания в различные сообщества в социальных сетях, в том числе несущих в себе деструктивный контент. Риски быть втянутыми в различные деструктивные сообщества у молодёжи достаточно велики ввиду отсутствия опыта противостояния им и умения отличать «плохое» от «хорошего».

В результате проведённого авторского социологического исследования (2022 г., школьники старших классов, г. Пенза, n=360) на вопрос: «Пользуетесь ли Вы гаджетами для общения со сверстниками?» ответили «Да» 100% опрошиваемых, из них 95% на вопрос «Переходили ли Вы по ссылке на те или иные сообщества, группы в социальных сетях без точной уверенности содержания контента?» ответили

положительно. На вопрос «Сколько времени Вы серфите в Интернете?» 70% выбрали вариант ответа «Много».

Триггером начала поиска молодым человеком того или иного деструктивного сообщества или группы в социальных сетях может стать обида, неумение выстраивать эффективные коммуникации как в офлайн-среде, так и в среде Интернет, кибербуллинг и иные причины. Более того, деструктивное информационное воздействие может начинаться незаметно для пользователей Интернет-контента, вовлечение происходит так называемым пошаговым способом во избежание блокировки сообщества или группы в сети Интернет и оказывает длительное воздействие на психику молодого человека. Средствами массовых коммуникаций в данном случае служат социальные сети, содержащие противоправный контент, чаще всего это закрытые группы или сообщества, вызывающие интерес у молодёжи иногда лишь своим закрытым статусом. Инструментами выступают специфическая музыка, формирование моды на различные группы, сообщества из разряда субкультур, куда нет доступа «взрослым». В настоящее время самыми популярными социальными сетями в молодёжной среде являются: ВК (ВКонтакте) – российская социальная сеть, TikTok – международная социальная сеть, Telegram – мессенджер.

Своеобразным спусковым механизмом в совершении криминального противоправного поступка в реальном социуме выступает целый комплекс факторов, зачастую «выстроенных» в определённую цепь событий. Ненаступление какого-либо события из выстроенной цепочки может повлечь «сбой системы», и противоправный поступок не будет совершён. Следовательно, следует особое внимание уделять профилактике девиантного поведения через выстраивание доверительных отношений, тиражирования опыта успешных практик социализации. Большое значение в профилактике девиантного поведения молодёжи является институт семьи. Базовые ценности, которые прививаются ребёнку семьёй, где он усваивает первичную информацию об окружающем мире, формируют его первую стадию социализации – адаптацию. На этом уровне он усваивает социальный опыт некритически, просто подражая и перенимая действия родителей. Если базовые ценности семьи не входят в противоречие с основными ценностями института образования, «дворового» социума, то на следующем этапе социализации, когда человек, входя в подростковый период своего взросления, при внутреннем стремлении найти себя, «быть в группе», быть понятым и принятым, в первую очередь, сверстниками, не встречает явных противоречий, возможности проявления девиантного поведения ниже, а сами девиации не носят крайних форм проявления деструкции. Именно родительская забота и внимание формирует авторитет и представление об обществе и ценностях, необходимых для формирования полноценной «здоровой» личности.

Профилактика должна быть направлена на формирование превентивных мер, например, создание клубов по интересам, где дети, подростки могут делиться своими переживаниями, не боясь быть отвергнутым. Необходимо обеспечивать достойный досуг и обучать умению взаимодействовать с другими сверстниками, работе в команде. Необходимо обучать эффективным коммуникациям вне Интернета. В данном контексте интересен опыт Школы Лидера «Командор» на базе МБОУ Лингвистическая гимназия № 6 г. Пензы, реализующей практики обучения командной работе, проектному менеджменту и лидерским качествам как способа успешных практик социализации. Особое внимание также следует обращать в профилактической работе в случае замкнутости ребёнка, резкого изменения его поведения и проявлений

агрессивности. В данном случае следует вести постоянный мониторинг его поведения, эмоционального состояния и при необходимости предпринять необходимые меры обращения за помощью к соответствующим специалистам [Мартиросян, 2021:122].

Несмотря на понимание важности и эффективности превентивной профилактической работы, применение эффективных практик успешной социализации, проявления деструктивного характера у молодёжи могут быть. Современные трансформации нашего общества слишком сложны, чтобы уместиться в простой алгоритм действий. Согласно теории Э. Дюркгейма, основой девиантного поведения является аномия – социальный вакуум, когда старые нормы и ценности уже не соответствуют реальным отношениям, а новые ещё не утвердились, «отсутствие регуляции» или «безнормность». Процессы формирования нового этапа социально-экономического развития общества всегда сопровождались усилением процессов социальной дезорганизации. Глобальная турбулентность, формирование нового миропорядка, переход от монополярного к полиполярному устройству мирового сообщества влекут за собой колоссальные процессы дезорганизации в мировом масштабе. Свободный доступ к размещённым во всемирной сети материалам разного толка при отсутствии или несформированности базовых скреп в виде духовности, совокупности ценностей, передающихся из поколения в поколение, при постоянном информационном давлении, способствуют формированию «новых» жизненных ценностей молодых людей, переводящих девиацию в норму. Так, согласно исследованиям ценностных ориентиров молодёжи России, проводимым Институтом воспитания РАО в 2021–2022 гг., у молодёжи практически нет примеров для подражания, героев, «идеалов», на которых стоит равняться; ценность высшего образования снижается; гражданская позиция сформирована слабо, а традиционные семейные ценности трансформируются в позицию отсутствия желания заводить семью, детей. К примеру, в деструктивных сообществах героизируются и романтизируются скулшутеры, самоубийцы и иные антигерои.

В этой связи существенная роль в организации системы превентивных мер профилактики, на наш взгляд, будет именно за средствами массовых коммуникаций. Необходимо формировать положительный контент в социальных сетях, но тематика групп и сообществ в ВК, Telegram-каналов должна быть неподдельно интересной молодёжи, без накручивания лайков и просмотров. Необходимо встраивать систему массовых коммуникаций в общий механизм превентивной профилактики деструктивного поведения.

Список литературы

Мартиросян С. А. Скулшутинг в эпоху цифровизации / С. А. Мартиросян, Г. К. Овруцкая, Н. А. Безвербная // *Caucasian Science Bridge*. 2021. № 4 (4). С. 119–123. DOI 10.18522/2658-5820.2021.4.15.

Новые ценности молодёжи: исследование // После уроков. Общероссийская образовательная газета : [сайт] URL: <https://xn---dtbhvcrdbcoh1a.xn--p1ai/novye-cennosti-molodezhi-issledovanie-v-rossii/?ysclid=18m16%20qjdr5554492876> (дата обращения: 20.09.2022).

Статистика пользователей Интернета в России // RUSIND.RU : [сайт] URL: <https://rusind.ru/polzovateli-interneta-v-rossii.html> (дата обращения: 20.09.2022).



Платонов Вадим Рейнгольдович
ООО «ТИТР»,
Москва, Россия.
marketolog@mail.ru

Прохорова Лариса Григорьевна
Независимый исследователь,
Москва, Россия.

Прохорова Наталья Сергеевна,
Независимый исследователь,
Москва, Россия.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ОЦЕНКЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СОВРЕМЕННОГО ЭНЕРГОСНАБЖЕНИЯ

Аннотация. Необходимость скорейшего перехода к чистой энергетике и достижение устойчивого прогресса в этом направлении с целью предотвращения самых серьёзных экологических проблем и изменения климата на сегодняшний день очевидна для всех. В данной статье представлен анализ экологических проблем и необходимости «зелёного» энергоперехода в электроснабжении строительных площадок. Средства, вложенные в приобретение экологичного оборудования, окупятся, например, электрическая мощность экологичных аккумуляторных установок значительно выше аналогичных дизель-генераторных, что вполне обеспечит строительную площадку. При этом решаются и многие социально-значимые проблемы вокруг строительной площадки – за счёт снижения шума и атмосферных выбросов.

Ключевые слова: энергетика, экология, атмосферные выбросы, климат

Platonov Vadim R.
JSC TITR, CEO,
Moscow, Russia.
marketolog@mail.ru

Prokhorova Larisa
Independent Researcher,
Moscow, Russia.

Prokhorova Natalia
Independent Researcher,
Moscow, Russia.

SOCIO-ECOLOGICAL APPROACH IN ASSESSING THE POSSIBILITIES OF MODERN ENERGY SUPPLY

Abstract. The need for a speedy transition to clean energy and the achievement of sustainable progress in this direction in order to prevent the most serious environmental problems and climate change is obvious to everyone today. This article presents an analysis of environmental problems and the need for a green energy transition in the power supply of construction sites. An analysis is given of the project for the implementation of an autonomous wind-solar power plant at the construction site in comparison with the modern effective technical solution.

Keywords: energy, ecology, and atmospheric outs, climate

Необходимость скорейшего перехода к чистой энергетике и достижение устойчивого прогресса в этом направлении с целью предотвращения самых серьёзных экологических проблем и изменения климата на сегодняшний день очевидна для всех. Однако недавняя пандемия COVID–19 поставила государства, финансовые институты,

инноваторов и гражданское общество в целом перед необходимостью скорректировать курс, отдавая предпочтение «зелёному» оздоровлению энергетики перед так называемыми неустойчивыми стратегиями. Устойчивое развитие находится в пределах досягаемости, если вызовы, присущие переходу на чистую энергию, будут надлежащим образом оценены и спрогнозированы.

Острая необходимость борьбы с экологическим загрязнением и, как следствие, со связанным с ним потеплением делает необходимым контроль техногенного так называемого углеродного следа. И в мире, и в нашей стране сегодня уделяется особое внимание подобным проблемам.

В феврале 2021 года Минобрнауки РФ запустило пилотный проект по созданию на территории регионов России карбоновых полигонов для разработки и испытаний технологий контроля углеродного баланса [Карбоновые полигоны России, 2021], что говорит о соответствующей остроте проблемы. На сегодняшний день существует много проблем техногенного характера, искусственно созданных человеком, и к ним можно смело отнести ряд проблем экологического свойства, связанных с современным энергоснабжением и возможным переходом с так называемых «традиционных» моделей на более экологичные «зелёные». Одним из наиболее ярких примеров экологичного подхода можно назвать попытки замены традиционных установок и дизель-генераторов на более экологичные варианты, использующие солнечную или ветровую энергию.

Строительство является очень энергоёмким производством, и обеспечение его электроэнергией представляет серьёзную проблему. Удобно, если рядом со стройплощадкой имеется электроподстанция или линия электропередачи, к которым можно подключить выделенную электролинию для стройплощадки. Но для этого нужно получить соответствующее разрешение муниципальных властей. Это особенно актуально и проблематично, если строительная площадка перемещается, как в случае автомобильных и железных дорог, или если площадка находится в очень отдалённом районе, где поблизости нет столбов электропередач. Кроме того, если на строительной площадке есть большие потребности в электроэнергии, это может вызвать утечку электроэнергии в локальной сети, и сам процесс подключения иногда может вызвать сбой в работе местной линии. Иногда такой подстанции просто нет, или её мощности не хватает для обеспечения, наряду с городским хозяйством, энергетических потребностей новой стройплощадки. Особенно это касается небольших строительных объектов, таких как отдельные кирпичные коттедж, жилой дом, что приобрело большое значение в условиях расширения и массовости коттеджного строительства в настоящее время.

Наиболее опробованным средством оперативного решения задач энергоснабжения на стройплощадках являются бюджетные варианты применения бензо-электрогенераторов или дизель-электрогенераторы. Это компактные генераторы переменного электрического тока, приводимые в действие с помощью бензинового двигателя или дизеля (работающего на дизельном топливе). Отсюда и вред экологии от выделяемых этими двигателями выхлопных газов, если учесть, что строительных площадок, как крупных, так и небольших отдельных коттеджей и особняков, большое количество, а работать эти генераторы должны практически круглосуточно.

Можно привести соответствующие примеры из зарубежной практики, когда в целях обеспечения экологического равновесия исключают из объектов стройплощадки установки и генераторы, работающие на двигателях внутреннего сгорания. В

Норвегии, на стройплощадке на улице Olav Vs gate в центре норвежской столицы Осло, экскаваторы, бульдозеры и погрузчики были электрическими с автономными электрическими аккумуляторами [The Constructor, 2022]. Благодаря замене традиционных дизельных двигателей на электрическое оборудование все в окрестностях площадки заметили снижение уровня шума и загрязнения окружающей среды. Кроме того, рабочие отметили улучшение коммуникации на объекте в результате снижения уровня шума, а рабочая обстановка стала намного безопаснее. В этом контексте на экспериментальной площадке Olav Vs gate нулевой уровень выбросов, и этот пилотный проект демонстрирует всей отрасли, что строительная площадка без нежелательных выбросов возможна и может стать стандартом будущего.

Пытаться противостоять экологическим проблемам и одновременно повышать эффективность строительного бизнеса можно на инновационной основе, разрабатывая и внедряя на строительном производстве инновационные энергетические проекты.

Для решения задач обезуглероживания строительства можно использовать нетрадиционные инновационные подходы, включая использование возобновляемых источников энергии, электромобилей, аккумуляторных систем хранения энергии.

Для решения экологических задач некоторые производители оборудования, например, продукция Enertainer компании Ampd (Китай), а также аналогичная по техническим характеристикам продукция других производителей наилучшим образом подходит для обеспечения «зелёного» энергоперехода в электроснабжении строительных площадок. Средства, вложенные в приобретение экологичного оборудования, окупятся, электрическая мощность экологичных, например, аккумуляторных установок, значительно выше аналогичных дизель-генераторных, и вполне обеспечит строительную площадку. При этом решатся и многие социально-значимые проблемы вокруг строительной площадки – за счёт снижения шума и атмосферных выбросов.

Список литературы

The Constructor. Learn How This Norwegian City Achieved Zero-Carbon Construction // The Constructor : [сайт]. URL: <https://theconstructor.org/research-analysis-2/city-achieved-zero-carbon-construction/556202/> (дата обращения: 10.10.2022).

Карбоновые полигоны России // Министерство образования и науки : [сайт]. URL: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT_ID=42649 (дата обращения: 10.10.2022).

EDN: SOBWDM



Позднякова Маргарита Ефимовна
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
margo417@mail.ru

ПРОФИЛАКТИКА ДЕСТРУКТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ – МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Аннотация. С целью всестороннего изучения механизма вовлечения молодёжи в различные формы деструктивного поведения в статье предпринята попытка анализа совокупности факторов, приводящих к росту различных девиаций в различных половозрастных группах подростков и молодёжи. Анализ девиантогенных факторов осуществлён на двух уровнях: макроуровень – состояние общества, экономическая ситуация, характеристики системы социальных норм, ценностей и др., микроуровень – особенности семейных отношений, социальное положение индивида, психологические характеристики и др. Для оценки состояния системы профилактики деструктивного поведения детей и молодёжи в РФ предложено разработать «карту напряжённости регионов», в том числе в разрезе её субъектов, основанной на пошаговом анализе всего причинно-следственного комплекса девиантного и делинквентного поведения молодёжи.

Ключевые слова: девиантное поведение, подростки, молодёжь, профилактика

Pozdniakova Margarita E.
Institute of Sociology of the FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
margo417@mail.ru

PREVENTION OF DESTRUCTIVE BEHAVIOR OF ADOLESCENTS – METHODOLOGICAL ASPECTS

Abstract. The article attempts to analyze the totality of factors leading to the growth of various deviations in different age and sex groups of adolescents and youth. The analysis of deviantogenic factors was carried out at two levels: the macro level – the state of society, the economic situation, the characteristics of the system of social norms, values, etc., micro level – features of family relations, the social status of the individual, psychological characteristics, etc. To assess the state of the system for preventing the destructive behavior of children and young people in the Russian Federation, it was proposed to develop a «map of tension in the regions», based on a step-by-step analysis of all causal investigative complex of deviant and delinquent behavior of young people.

Keywords: deviant behavior, adolescents, youth, prevention

Последнее десятилетие обозначилось позитивным трендом к плавному, но волнообразному снижению распространённости девиантологических проблем среди различных групп населения России. Специалистами многих областей знания, однако, отмечается, что в последние годы сформировались совершенно новые условия для очередного экстремального всплеска достаточно жёстких форм девиантного поведения, в первую очередь подростков и молодёжи. Специфика современной социальной ситуации в России заключается в том, что продуцируются новые, ранее не известные социальной системе, угрозы и риски, к которым общество оказалось не готово. Индивид, попадая в ситуацию быстроменяющихся условий, оказывается в зоне адаптационного риска, если он не освоил в процессе социализации соответствующие

социальные роли и не приобрёл необходимые социальные качества. Особенно уязвимой категорией, остро реагирующей на процессы социальной трансформации и модернизации, является молодёжь. Именно эта социально-демографическая группа находится в зоне риска возникновения деструктивного поведения.

Сегодня на социальную сцену выходит новое молодое поколение, рождённое в относительно благополучные годы и оказавшееся неподготовленным к новым социальным вызовам. Происходящие существенные социальные трансформации последних нескольких лет привели к запуску новой волны таких форм деструктивного поведения молодёжи, как неокриминализация подростков, скулшутерство (расстрел в учебных заведениях), экстремизм, несанкционированная уличная и виртуальная протестная деятельность. Получили распространение девиации в сфере межполовых отношений, угрожающие репродуктивному здоровью нации. Сохраняется напряжённая ситуация с употреблением алкоголя, наркопотребление приобрело новые, более злокачественные формы, при этом наркопотребление зачастую лежит в основе экстремистского поведения молодёжи. Особую опасность в этой ситуации представляет субкультура АУЕ (запрещённая в России), являющаяся ярким примером трансформации криминальной субкультуры, действующей в информационном пространстве и получившей широкое распространение среди подростков, что представляет угрозу для российского сообщества и национальной безопасности страны.

В сложившихся условиях дети и подростки, как особая социальная и возрастная группа, оказались в наибольшей мере восприимчивы к негативным внешним влияниям. В современном российском обществе, как и во всём мире, молодёжная девиация, проявляющаяся в различных формах, приобрела черты массового явления. Сегодня в жизнедеятельности и поведении молодёжи проявляются такие формы деструктивного поведения, которые, в конечном итоге, приводят определённую её часть на путь преступлений. Все эти процессы несут в себе комплекс рисков, связанных со снижением качества социального и культурного воспроизводства. Уровень системного решения накопившихся проблем остаётся явно недостаточным в силу фрагментарно-мозаичного подхода к проблеме. Очевидно, что законодательство и социальная работа в семьях с детьми не решают всего комплекса проблем, связанных с профилактикой деструктивного поведения, обусловленного неблагоприятными жизненными условиями и ослаблением социальных институтов. Соответственно, сегодня в обществе в целом и в системе социального контроля возрастает потребность в получении знаний о специфике, закономерностях происходящих процессов, существует явно артикулируемый запрос на создание и внедрение эффективных механизмов социальной регуляции, что позволит более эффективно предупреждать многие социальные болезни. В данной работе мы постарались рассмотреть основные аспекты организации профилактической работы деструктивного поведения молодёжи, опираясь на социологический подход к проблеме.

В большинстве научных работ по социологии, психологии, педагогике подчёркивается значимость определённых факторов (социально-экономических, социально-психологических, социокультурных, политических, психолого-педагогических и др.), отягощающих воспитательную среду и являющихся катализаторами различных форм деструктивного поведения подростков и молодёжи

[На пути... 2012; Мицкевич, 2020; Оруджев и др., 2013; Позднякова, 2018]. Эти факторы взаимосвязаны и создают комплекс, в котором на выходе может быть как положительный, так и отрицательный итог.

Для оценки состояния системы профилактики деструктивного поведения детей и молодёжи в РФ, в том числе в разрезе её субъектов, необходим пошаговый анализ всего причинно-следственного комплекса девиантного и делинквентного поведения молодёжи. Продуктивным шагом, на взгляд автора, является разработка «карты напряжённости регионов», что требует совместной работы государственных органов, организующих профилактическую работу, с научным сообществом. Необходим сбор актуальных статистических и аналитических данных на региональном уровне по различным направлениям. В настоящее время различные министерства, ведомства и органы государственной статистики собирают значительный объём статистической и аналитической информации, касающейся подростков и молодёжи. Представляется актуальным собрать и проанализировать статистические данные Росстата, Министерства просвещения, Министерства науки и высшего образования, здравоохранения и социального развития, Министерства труда и социальной защиты, Министерства внутренних дел, Генпрокуратуры, данные Федеральной службы исполнения наказаний и др. Особо важным представляется сбор и анализ документов в таких организациях, как органы опеки и попечительства, комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав, подразделения (органов внутренних дел) по делам несовершеннолетних, общеобразовательные учреждения (в том числе данные родительских и школьных комитетов), органы социальной защиты населения с целью сбора дополнительной информации.

К сожалению, необходимо отметить, что публикуемая Росстатом информация часто представлена в обобщённом виде и неполна. Кроме того, отсутствует статистика по многим показателям различных форм девиаций; не создана единая система учёта девиантных проявлений («моральная статистика»); разрознены и не сопоставимы некоторые показатели государственной статистики и ведомственного учёта (МВД, суды, здравоохранение, образование и др.). Многие показатели статистики заметно варьируют от региона к региону. Более того, для регионов характерна внутренняя флуктуация деструктивных социальных процессов, объяснение которой можно найти лишь в результате получения более подробных данных от каждого региона. Поэтому возникает необходимость сопоставления и состыковки результатов. В противном случае можно получить недостоверные данные о распространённости изучаемого явления. При сборе документации и её анализе необходимо учитывать региональные особенности трудной жизненной ситуации подростков, связанные с географическим положением регионов, экономическим положением, социально-политической ситуацией в регионе, социально-демографической структурой населения. Также необходимо учитывать национальные, этнические, региональные аспекты.

Деструктивное поведение является следствием сложного и неоднозначного сочетания целого комплекса внешних и внутренних факторов. Ведущим подходом к изучению деструктивного поведения молодёжи должен являться целостный, системный и диалектический подходы, которые обеспечивают целостность и всесторонность исследования. Сбор информации и последующий анализ всего

комплекса факторов предполагает подход на макро- и микроуровнях. **Макроподход** – анализ макросоциальных причин – изучение проблем современного общества, экономической, политической и социокультурной ситуации и условий; социальной мобильности; системы социальных норм, ценностей; социальной инфраструктуры, распределения возможностей, современного стиля жизни; кризиса традиционного общества и семьи; информационного общества; влияния СМИ (Интернета) и др. **Микроподход** – анализ параметров социальной ситуации, ведущей к деструктивному поведению: тип семьи, социальный статус индивида и семьи, жилищные условия, социальное происхождение, семейная, профессиональная интеграция и др., а также социально-психологические особенности индивида.

Для разработки карты напряжённости регионов необходимо собрать и проанализировать данные, отражающие макро- и микропоказатели социально-экономического положения как региона в целом, так и отдельных домохозяйств (семей). На макроуровне необходим сбор данных по демографическим показателям региона, показателям рынка труда, уровня жизни и состояния здоровья населения, по охвату населения региона мерами медицинской и социальной помощи, социальной защиты отдельных категорий населения, по показателям образовательной и культурно-оздоровительной сфер, обеспеченности региона информационными и коммуникационными технологиями. Одним из ключевых факторов влияния на деструктивные тенденции является уровень криминогенности региона, в связи с чем особо важным представляется получение информации по уровню правонарушений в регионе и способах их профилактики.

На микроуровне необходимо собрать данные о семьях подростков, находящихся в трудной жизненной ситуации, и семьях подростков с негативной направленностью личности (например, состоящие на учёте в комиссии по делам несовершеннолетних) по таким показателям, как тип семьи, её социально-экономический статус, занятость родителей, условия для социализации детей и подростков, отточенность семьи различными заболеваниями, родительским алкоголизмом и другими формами девиантного поведения, антисанитария и пренебрежение санитарно-гигиеническими нормами в семье, стратегии воспитания, педагогическая состоятельность/несостоятельность родителей, их общеобразовательный уровень, уровень религиозности семьи и степень интеграции в религиозную общину и др., данные о микросреде подростков (школа и школьный коллектив, друзья и др.), об организации учебного процесса, наличия в регионе программ профилактики и др. Необходимо собрать данные о самих подростках: медицинский анамнез, успеваемость в школе, проблемы с поведением в школе и приводы в полицию и др. Именно факторы микро-уровня обуславливают разнообразие воздействия макро-факторов и приводят к формированию благополучных и неблагополучных семей, девиантных и нормативных подростков.

Подчёркнём, что влияние макросоциальных факторов варьируется в связи с тем, что они опосредованы факторами других уровней, региональным разнообразием и особенностями ситуации. Полученная информация позволит комплексно представить систему факторов молодёжной девиантности, проследить тенденции и сформировать прогноз развития деструктивных тенденций в молодёжной среде в каждом регионе.

Проведение подобного исследования и составление карты напряжённости регионов – это создание научного базиса для государственных решений по предупреждению негативных молодёжных девиаций, разрушительно воздействующих на общественную систему. Поиски новых механизмов социального контроля, согласованность между законодательно закреплёнными нормами и представлениями населения о социально одобряемом поведении, укрепление позиций и развитие ресурсов всех социальных агентов, регулирующих социальную систему, обеспечение преемственности ценностных ориентиров и жизненных смыслов составляют приоритетные направления в совершенствовании государственного управления.

Список литературы

На пути к преступлению: диванное поведение подростков и риски взросления в современной России (опыт социологического анализа). Коллективная монография / Под научн. ред. М. Е. Поздняковой и Т. А. Хагурова. Краснодар : Кубанский гос. ун-т. ; М. : Институт социологии РАН, 2012. 344 с.

Мицкевич В. А. Обследование детей с девиантным поведением. (Методические рекомендации для специалистов служб сопровождения образовательных организаций). Иркутск. 2020. URL: <https://cpmss-irk.ru/attachments/article/29/Мицкевич%20%20Обследование%20детей%20с%20дев.поведением.pdf> (дата обращения: 11.10.2022).

Оруджев Н. Я. Роль биологических факторов в формировании отклоняющегося поведения / Н. Я. Оруджев, Л. К. Гавриков, Н. С. Можаров // Вестник ВолгГМУ. 2013. Вып. 3. № 47. С. 53–55.

Позднякова М. Е. К проблеме формирования делинквентного поведения подростков / М. Е. Позднякова // Феноменология и профилактика девиантного поведения : материалы XI Всерос. науч.-практ. конф., 20 окт. 2017 г. / Редкол. : А. А. Таганова, С. А. Павлова, И. С. Нестеренко, Н. А. Деева, А. С. Бондаренко. Краснодар : Краснодарский университет МВД России, 2018. С. 207–212.



Репин Андрей Юрьевич

Институт прикладной геофизики
им. академика Е. К. Фёдорова (ФГБУ «ИПГ»),
Москва, Россия.

director@ipg.geospace.ru

Алпатов Виктор Владимирович

Институт прикладной геофизики
им. академика Е. К. Фёдорова (ФГБУ «ИПГ»),
Москва, Россия.

alpatov@ipg.geospace.ru

«КОСМИЧЕСКАЯ ПОГОДА» И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ СОЦИУМА

Аннотация. Современный человек привык к слову «космос». Начиная с запуска в СССР первого искусственного спутника Земли в 1957 году, пресса всего мира регулярно сообщает о новых победах человечества в освоении околоземного космического пространства (ОКП). Активное изучение космоса стало уже привычным. Однако далеко не все знают, что само изучение космического пространства, его физических свойств и процессов, в нём протекающих, имеет огромное практическое значение.

Ключевые слова: космос, космическая погода, солнечное излучение, экология Земли, технические системы, устойчивое развитие, социум, информация о космической погоде

Repin Andrey Yu.

Institute of Applied Geophysics
named after Academician E. K. Fedorov,
Moscow, Russia.

director@ipg.geospace.ru

Alpatov Viktor V.

Institute of Applied Geophysics
named after Academician E. K. Fedorov,
Moscow, Russia.

alpatov@ipg.geospace.ru

«SPACE WEATHER» AND ITS IMPACT ON THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SOCIETY

Abstract. Modern man is used to the word «cosmos». Since the launch of the first artificial Earth satellite in the USSR in 1957, the press around the world regularly reports on new victories of humankind in the exploration of near-Earth space (NES). Active space exploration has become familiar. However, not everyone knows that the study of outer space itself, its physical properties and the processes occurring in it, is of great practical importance.

Keywords: space, space weather, solar radiation, ecology of Earth, technical systems, sustainable development, socium, space weather information

1. Общие понятия о космической погоде

«Космической погодой» или «погодой в космосе» называют совокупность явлений, происходящих в геосферах Земли: верхних слоях земной атмосферы, в ионосфере и в ОКП. Она оказывает влияние на климат Земли, все геосферы, и, через

них, и на все процессы, протекающие на Земле, в том числе, на экологию. Впервые понятие «погода в космосе» ввёл советский учёный – академик Евгений Константинович Фёдоров.

Почему именно «погода»? Одна из причин имеет чисто внешний характер. В околоземном пространстве есть и свои бури, и штормы (магнитные и ионосферные), есть свои облака (серебристые или мезосферные), есть свой ветер – солнечный, – и даже свой дождь (так называют одно из явлений в полярной ионосфере) [Wilenius, 1999: 33; Авдюшин, Данилов, 1992: 160].

Наряду с этими чисто внешними параллелями, есть более глубокие причины говорить о погоде в космосе. Дело в том, что сильная изменчивость обстановки в околоземном космосе сродни погодным «капризам». Для погоды в космосе, как и для погоды в обычном понимании этого слова, характерно чередование спокойных периодов (например, минимум цикла солнечной активности), которые можно сравнить с устойчивой погодой в хорошее лето, и периодов резкой смены обстановки (например, во время высокой солнечной активности), которые навевают аналогию с неустойчивой осенней погодой.

Само непостоянство погодных явлений в ОКП сродни земному: здесь не бывает двух одинаковых дней. И как хмурый дождливый ноябрьский день отличается от солнечного дня в мае, так могут быть не похожи и два дня с точки зрения космической погоды.

Обстановка в ОКП влияет не только на объекты в космосе, она может оказывать воздействие и на нашу повседневную жизнь. Это утверждение в одних случаях (погода, здоровье людей) основано преимущественно на гипотезах и различных косвенных данных, в других (помехи радиосвязи, электрические системы) – на очевидных твёрдо установленных фактах [Авдюшин, Данилов, 1992: 160].

Космическая непогода может быть опасной и для техносферы: для экипажей космических кораблей и в некоторых случаях для технологических систем на поверхности Земли. Во время магнитных бурь, вызванных мощными солнечными вспышками (например, в августе 1982 года и в марте 1989 года), наблюдались повреждения трубопроводов (из-за возникающих там напряжений при резких изменениях магнитного поля), выходы из строя электрических энергосистем, а также взрывы трансформаторов на телефонных подстанциях. Вот так могут различаться «погожий» и «непогожий» дни в околоземном пространстве. Отсюда понятно, как важно изучать, наблюдать и учиться прогнозировать погоду в космосе.

Космическая погода оказывает влияние на многие процессы биосферы Земли опосредованно: через влияние на климат, на функционирование технических систем, на биоту. Эмпирические подтверждения влияния космической погоды на земные процессы, в основном определяемого солнечной активностью, описаны в многочисленных публикациях, начиная с новаторских работ А. Л. Чижевского в начале XX века [Авдюшин, Данилов, 1992: 160].

Исторические данные показывают, что наблюдаемые изменения климата могут быть частично обусловлены солнечной активностью. В частности, есть основания считать, что именно с вариациями солнечной активности были связаны периоды похолоданий и потеплений, по крайней мере, в предыдущем тысячелетии.

Космическую погоду в ОКП определяет солнечное излучение. Солнце оказывает многоплановое воздействие как на живую, так и на неживую природу Земли. Основное влияние происходит через видимое излучение, ультрафиолетовое излучение, излучение в более коротких диапазонах длин волн и через корпускулярные потоки солнечного ветра. Помимо этого, в атмосферу Земли проникает поток ионизированных частиц (в основном гелиево-водородной плазмы), истекающий из солнечной короны со скоростью 300–1200 км/с в окружающее космическое пространство (солнечный ветер), видимых во многих районах близ полюсов планеты, как «северное сияние» (полярные сияния).

Солнечная радиация – главный источник энергии для всех физико-географических процессов, происходящих на земной поверхности и в атмосфере. Именно от интенсивности солнечного излучения зависит плотность верхней атмосферы, которая должна учитываться при проведении баллистических расчётов сведения с орбиты крупногабаритных космических объектов [Авдюшин, Данилов, 1992: 160; Алпатов, Репин 2021: 6].

2. Влияние космической погоды на экологию Земли

Сравнение характеристик климата и солнечной активности на больших временных масштабах демонстрирует сильную корреляцию их поведения, а именно, по крайней мере, в предыдущем тысячелетии (рис. 1).

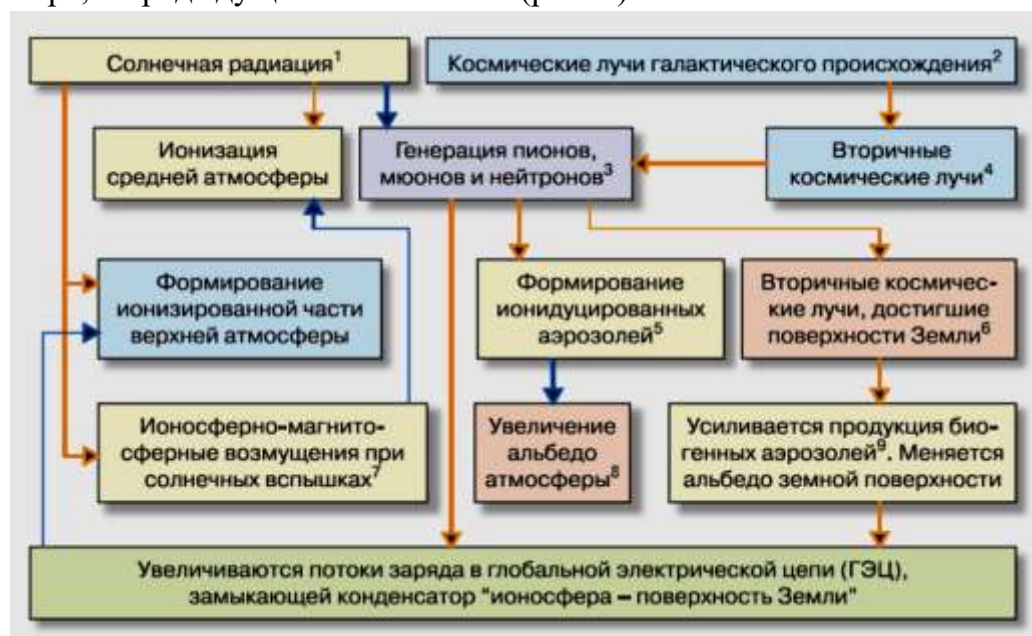


Рис. 1. Механизмы влияния солнечной активности на климат Земли [Авдюшин, Данилов, 1992: 160; Алпатов, Репин, 2021: 6]

Нельзя забывать также о влиянии солнечной активности на повышение температуры поверхности океанов (явление «Эль-Ниньо»), на повышение температуры воздуха как предпосылки возникновения лесных пожаров и т. д.

3. Воздействие космической погоды на технические системы

Как уже упоминалось ранее «космическая погода» – это совокупность физических явлений и процессов на Солнце, в межпланетном и околоземном

космическом пространстве, магнитосфере, ионосфере и верхней атмосфере Земли, имеющих биомедицинские последствия и влияющих на функционирование технических средств и систем – техносферу (рис. 2). Имеются в виду системы навигации, связи, электроэнергетики, радиационной безопасности при авиаперелетах, эксплуатации трубопроводов, а также средства аэромагнитной съёмки, бурения скважин и пр.



Рис. 2. Технические системы в околоземной среде

Сегодня многие сектора мировой экономики могут пострадать от космической погоды. Это касается космических телекоммуникаций, радиовещания, метеорологического обслуживания, навигации, а также распределения электроэнергии и наземных коммуникаций (особенно для северных широт).

Резкие изменения космической погоды могут привести к возникновению различных нештатных ситуаций: повреждению линий электропередач, коррозии нефте- и газопроводов, помехам для высокочастотных радиосигналов и навигационных сигналов с GPS-спутников. Все эти ситуации как правило имеют экологические последствия. Негативное воздействие гелиогеофизических факторов на космические системы показано в табл. 1.

Поглощение радиоволн в полярной шапке может сильно затруднить или полностью прекратить высокочастотную связь на линиях трансполярных перелётов, что приводит к изменению авиамаршрутов. Облучение космических аппаратов может вызвать сбои аппаратуры, повреждение солнечных батарей и датчиков. Существенное воздействие звёздной активности уже ощутили навигационные спутники, вроде «Галилео». Это может также сказаться на авиации, автомобильном транспорте, судоходстве и прочих видах деятельности, зависящих от локации.

Таблица 1. Негативные воздействия гелиогеофизических факторов на космические системы

Гелиогеофизические факторы	Возникающие проблемы
Галактические космические лучи	<ul style="list-style-type: none"> • деградация материалов КА и в первую очередь солнечных батарей; • сбой в электронике бортовых систем
Солнечные космические лучи	<ul style="list-style-type: none"> • деградация материалов КА, в том числе, солнечных батарей; • сбой в электронике бортовых систем
Радиационные пояса Земли	<ul style="list-style-type: none"> • электризация поверхности КА; • возникновение объёмного заряда внутри КА; • сбой в электронике бортовых систем
Ионизирующее электромагнитное излучение	<ul style="list-style-type: none"> • дополнительная ионизация ионосферы, приводящая к нарушениям связи с КА, увеличению навигационных ошибок систем ГЛОНАСС и GPS; • увеличение плотности верхней атмосферы, приводящее к изменению параметров движения КА
Геомагнитные бури и суббури	<ul style="list-style-type: none"> • нарушение связи с КА; • усиление влияния других факторов

Негативно космическая погода сказывается и на орбитальных спутниках. К примеру, постепенно солнечные батареи на аппаратах будут производить меньше энергии для миссии, уменьшая срок службы. Увеличение уровня радиации вредит здоровью астронавтов на борту МКС и в будущих полётах на другие небесные объекты.

Существует немало описанных примеров воздействия космической погоды на современные технические средства. Так, в октябре-ноябре 2003 года на Солнце наблюдалось 17 значительных солнечных вспышек с выбросами плазмы, потоками протонов и возмущениями солнечного ветра и магнитного поля Земли. В результате шведский энергетический концерн Sydkraft AB сообщил о возникновении мощных индуцированных токов и случаях отключения энергосетей в Северной Европе. По заключению Федеральной авиационной администрации США, GPS-система WAAS была неработоспособна в течение 30 часов в октябре-ноябре 2003 года.

Уровень радиационного облучения на МКС заставил космонавтов перейти в специальный защищённый отсек. Многочисленные аномалии в работе аппаратуры регистрировались на большинстве космических объектов. Предположительно именно это стало причиной потери спутника ADEOS-2 стоимостью \$640 млн, на его борту находилась аппаратура NASA стоимостью \$150 млн. По данным GSFC Space Science Mission Operations Team, 59% миссий испытали воздействие космической погоды.

Космическая погода – основной фактор воздействия на работоспособность метеорологических спутников, которые служат важнейшим источником данных для прогнозирования погоды и мониторинга климата. Непрерывность и оперативность поступления данных могут пострадать при воздействии возмущений космической погоды на датчики, системы передачи данных, параметры орбиты или системы энергоснабжения.

На Земле страдают сотрудники авиакомпаний и порой экипаж. Периодически крупные события разрушают и повреждают сети распределения электроэнергии, повышают влияние коррозии трубопроводов и деградацию радиосвязи (рис.3). Авиакомпании вынуждены были изменять маршруты трансполярных полётов из-за высокого риска переоблучения пассажиров и экипажа. В 2003, 2005, 2006 годах было

перенаправлено более 60 рейсов, стоимость каждого манёвра составляла от 10 до 100 тысяч долларов.

Воздействие возмущений в КП на:

- HF связь
- GPS навигация
- Радиационное облучение

Такие возмущения в полярных зонах могут привести к:

- полной или значительной потере связи
- задержке рейса или изменению маршрута
- возрастанию расхода горючего или уменьшению веса груза



Рис. 3. Авиаперевозки и космическая погода

Десять лет назад количество трансполярных перелётов не превышало нескольких сотен в год, сейчас их в год уже более 10 тыс. Иными словами, значимость проблемы обеспечения безопасности авиаперевозок на таких маршрутах возросла в 100 раз. Возникающие проблемы при воздействии факторов космической погоды: это, прежде всего, воздействие возмущений на связь и навигацию; кроме того, присутствует радиационное облучение.

В 2018 году было подписано соглашение между центром космической погоды ФГБУ «Институт прикладной геофизики им. академика Е. К. Фёдорова» и центром космической погоды Китайской метеослужбы. На базе соглашения создан Российско-Китайский консорциум (CRC) по обеспечению международной аэронавигации оперативными данными о космической погоде. 27 апреля 2020 года на заседании Совета ИКАО принято решение о назначении Российско-Китайского Консорциума четвёртым глобальным центром ИКАО, наряду с тремя существующими глобальными центрами:

- США (Боулдер),
- Европейский консорциум PECASUS (Finland, Belgium, Germany, Italy, Austria, Poland, Cyprus, UK, The Netherlands)
- Консорциум ACFJ (Australia, Canada, France and Japan).

4. Контроль космической погоды

Несомненное и всё возрастающее значение явлений космической погоды для эксплуатации космических аппаратов, авиаперевозок, связи и геолокации послужило основой для принятия целого ряда решений в рамках Всемирной метеорологической организации (ВМО, *англ.* World Meteorological Organization) и Международной

организации гражданской авиации (ИКАО, *англ.* International Civil Aviation Organization) – специализированного учреждения ООН, устанавливающего международные нормы гражданской авиации и координирующего её развитие с целью повышения безопасности и эффективности. Исполнительный совет ВМО в 2010 г. поручил КОС (Комиссия по основным системам) и КАМ (Комиссия по авиационной метеорологии) разработать планы деятельности ВМО в области космической погоды. В ходе рассмотрения было принято решение об учреждении Межпрограммной группы по космической погоде (МКГКП) с участием экспертов. ИКАО также выразила желание участвовать в работе МКГКП [Алпатов, Репин, 2021: 6].

Геофизический мониторинг за рубежом осуществляется в рамках центров предупреждений о явлениях космической погоды, а международная координация мониторинга осуществляется ISES, в которую входит 14 стран-участниц и Европейское космическое агентство.

В 2010 году в рамках Всемирной метеорологической организации (ВМО) образована Межпрограммная координационная группа по космической погоде (ICTSW). Основной задачей этой группы является координация работ по диагностике и прогнозу гелиогеофизических возмущений, обеспечения сбора такой информации и свободного её распространения.

В настоящее время Институт прикладной геофизики им. академика Е. К. Фёдорова (ФГБУ «ИПГ») является ведущим институтом страны по изучению и прогнозированию обстановки в ОКП, головной организацией Росгидромета по ионосферным, магнитным и гелиогеофизическим наблюдениям. Учреждение выполняет функции Гелиогеофизической службы России (Приказ начальника ГУ Гидрометслужбы СМ СССР №291 от 28.12.1973, РД 52.04.567-2003), является Федеральным информационно-аналитическим центром мониторинга геофизической обстановки над территорией РФ, где собираются солнечные и геофизические данные и даются прогнозы гелиогеофизической обстановки на ближайшие дни, недели, месяцы. Этот центр является частью Всемирной службы космической погоды [Алпатов, Репин, 2021: 6].

В организациях Росгидромета к настоящему времени накоплен значительный опыт и потенциал исследования и контроля околоземной среды. Структура Гелиогеофизической службы представлена на рисунке 4. Она включает в себя:

- космический сегмент, состоящий из различных КА в ионосфере и магнитосфере;
- наземные измерительные средства (ионосферные станции, геомагнитные и солнечные обсерватории), расположенные в различных пунктах на территории страны;

• Федеральный информационно-аналитический Центр (ФИАЦ) в ФГБУ «ИПГ», обеспечивающий комплексную обработку, архивирование и распространение данных космических измерений и наземных наблюдений.

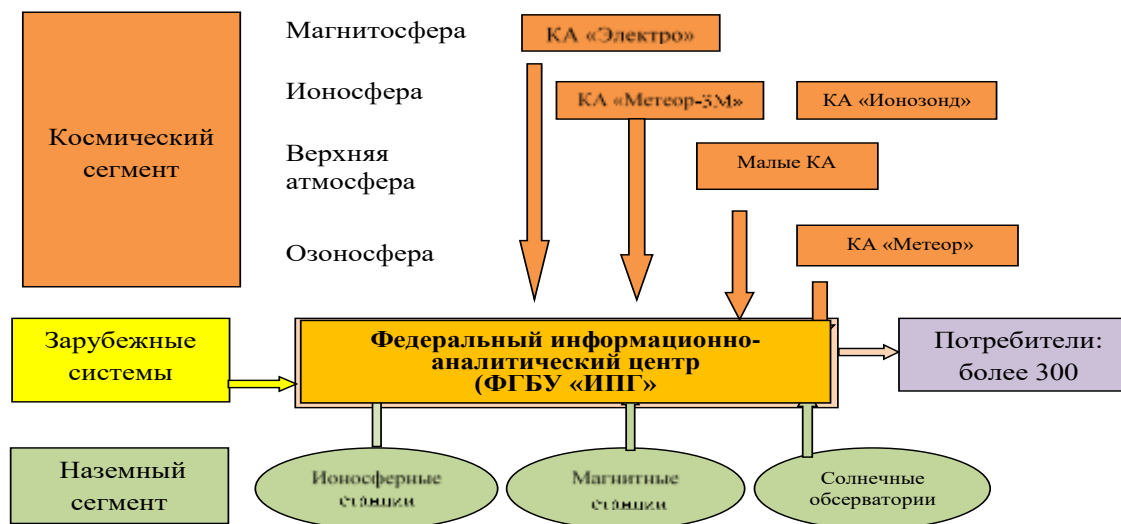


Рис. 4. Структура Гелиогеофизической службы Росгидромета

Основным источником получения метеорологической, геофизической информации об атмосфере и поверхности Земли является аппаратура наземной сети наблюдений, которая непрерывно развивается. В то же время источниками получения оперативной информации являются аппаратные комплексы самолётного и космического базирования (космические аппараты дистанционного зондирования Земли). В состав *наземного сегмента* Гелиогеофизической службы Росгидромета входят [Алпатов, Репин, 2021: 6; Репин, Алпатов, Ткаченко, Сосунова, Ежергин, Соловьёва, Крестников, Соловьёв, 2020: 205].

- солнечные обсерватории (Москва, Нижний Новгород, Кисловодск, Иркутск, а также – Киев, Ташкент);
- ионосферные обсерватории (Москва, Санкт-Петербург, Мурманск, Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Новосибирск, Томск, Красноярск, Магадан, Петропавловск-Камчатский, полярные и приполярные, а также – Ашхабад);
- геомагнитные станции (Москва, Санкт-Петербург, Мурманск, Новосибирск, Томск, Красноярск, Магадан, Салехард, Петропавловск-Камчатский, Тикси, полярные и приполярные).

Существующий *космический сегмент* Гелиогеофизической службы пока не обладает всеми требуемыми возможностями. Диагностические комплексы, установленные на борту КА «Электро» и «Метеор», обеспечивают контроль основных параметров ОКП в естественных условиях, в т. ч.:

- уровня радиации в космосе;
- состояния ионосферной плазмы;
- плотности и состава верхней атмосферы, состояния озонового слоя;
- уровня электромагнитных излучений.

Федеральный информационно-аналитический Центр (ФИАЦ)

Гелиогеофизической службы Росгидромета, являясь одним из пяти мировых геофизических центров, получает в порядке обмена всю доступную информацию зарубежных источников. На рисунке 5 представлен интерфейс сайта ФГБУ «ИПГ» [Алпатов, Репин, 2021: 6; Репин, Алпатов, Ткаченко, Сосунова, Ежергин, Соловьёва, Крестников, Соловьёв 2020, 205].

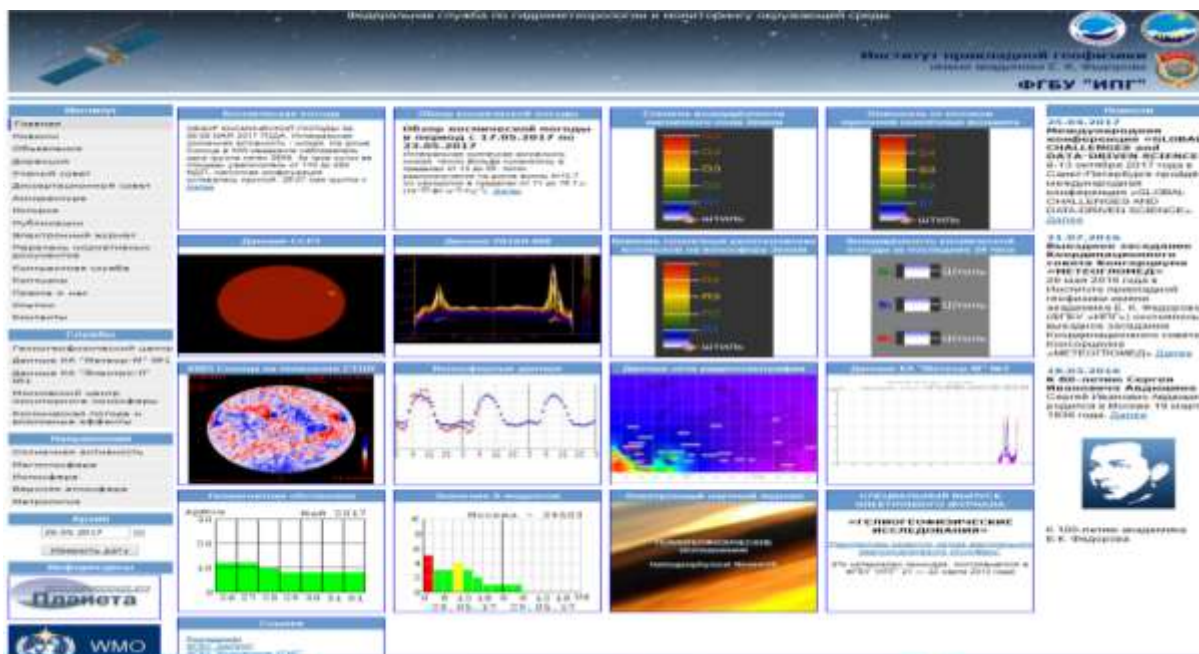


Рис. 5. Интерфейс сайта ФГБУ «ИПГ»

1. Потребители информации о космической погоде

Для исследования и прогнозирования «космической погоды» в России имеются наземные космические средства (наземные станции), а также небольшая орбитальная группировка космических аппаратов, оснащённых гелиогеофизической аппаратурой – это космические аппараты «Метеор» и «Электро-Л». Часть информации получается по международным официальным каналам обмена Всемирной метеорологической организации. На основании всех данных делается ежедневная оперативная сводка гелиогеофизической службы, которая рассылается в 200 организаций федеральных органов исполнительной власти, в том числе в Администрацию Президента, Минобороны России и в МЧС России [Алпатов, Репин, 2021: 6].

Одним из основных потребителей информации Федерального информационно-аналитического центра ФГБУ «ИПГ» (наряду с гидрометеорологическими организациями) является Главный центр управления космическими аппаратами им. Г. С. Титова.

В геофизическую службу этого центра оперативно поставляется следующая информация:

- уровень солнечной активности;
- уровень радиации в космосе (для пилотируемых КА);
- состояние ионосферной плазмы;
- плотность и состав верхней атмосферы (для низкоорбитальных КА);
- уровень электромагнитных излучений (для бортовой аппаратуры КА) и др.

Также одним из основных потребителей гелиогеофизической информации является МЧС России (рис.6,7). На рисунке 7 (крайний левый экран ситуационной

обстановки – рисунок 6) представлена геофизическая информация, поступающая в оперативном режиме из ФГБУ «ИПГ».

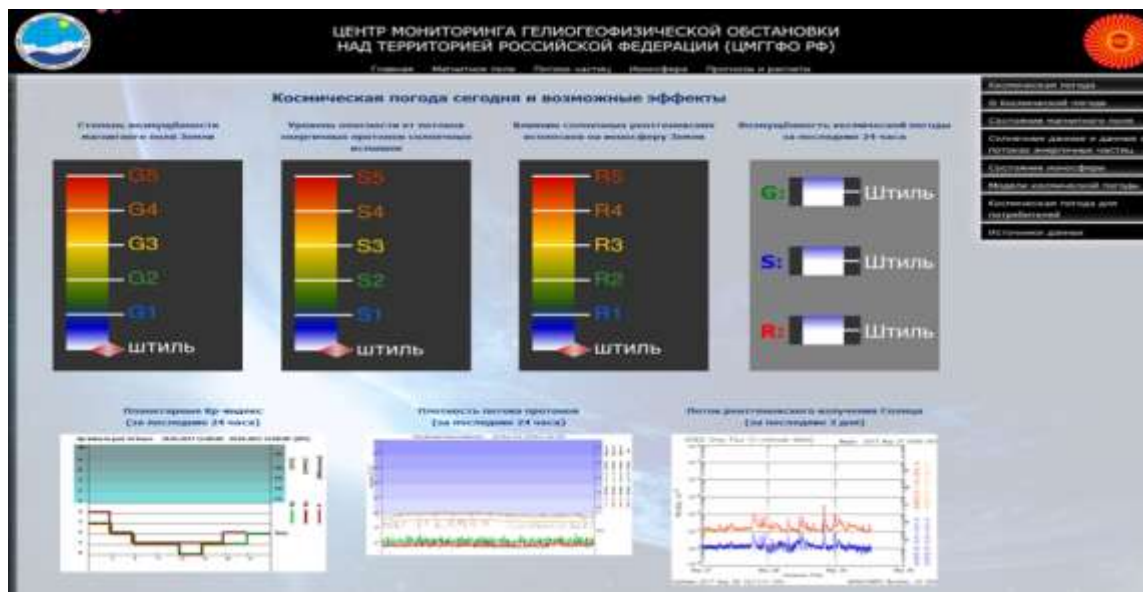


Рис. 6. Ежедневная оперативная сводка гелиогеофизической службы о космической погоде, представляемая в Центр управления в кризисных ситуациях (ФКУ «ЦУКС ГУ МЧС России по г. Москве»)

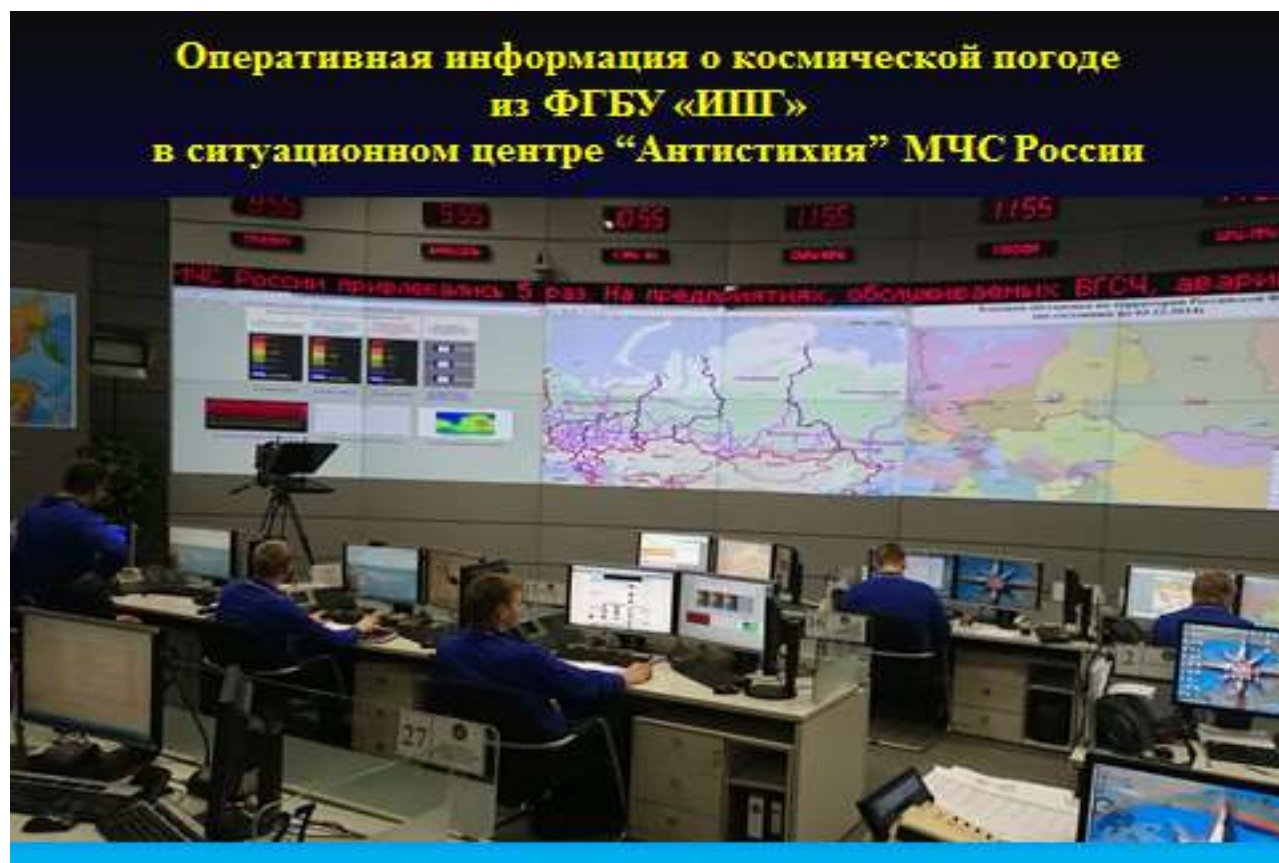


Рис. 7. Геофизическая информация, поступающая в оперативном режиме из ФГБУ «ИПГ»

Оперативная геофизическая информация, представляемая в Центр управления в кризисных ситуациях (ФКУ «ЦУКС ГУ МЧС России по г. Москве») [Алпатов, Репин, 2021: 6]

- степень возмущённости магнитного поля Земли,
- уровень опасности от потоков энергичных протонов солнечных вспышек,
- влияние солнечных рентгеновских всплесков на ионосферу Земли,
- возмущённость космической погоды за последние 24 часа,
- планетарные Кр-индексы (за последние 24 часа),
- плотность потока протонов (за последние 24 часа),
- поток рентгеновского излучения Солнца (за последние 3 дня),
- наукастинг появления геоэффективных потоков протонов,
- потоки частиц по данным КА Электро-Л,
- состояние ионосферы по модели SIMP.

Также реализована схема рассылки оповещений о состоянии «космической погоды» другим потребителям; в неё входит экстренная информация:

- потоки протонов в ОКП,
- геомагнитная обстановка,
- состояние ионосферы.

Список рассылки реализуется через GSM–сеть (телефонные номера) и через адреса электронной почты.

Список литературы

Авдюшин С. И. Рассказ о космической погоде / С. И. Авдюшин, А. Д. Данилов. С-Пб. : Гидрометеиздат, 1992. 160 с.

Алпатов В. В. «Космическая погода» и её влияние на экологию Земли ...и не только // Межрегиональная общественная организация «Академия проблем качества» : [сайт]. 16.04.2021. URL: <https://www.academquality.ru/content/covmestnoe-zasedanie-posvyashchennoe-60-letiyu-prazdnovaniya-pervogo-poleta-yua-gagarina> (дата обращения: 14.09.2022).

Алпатов В. В. «Космическая погода» и экология Земли / В. В. Алпатов, А. Ю. Репин // Природно-ресурсные ведомости. 2021. № 5 (488). С. 6.

Управление риском и снижение ущерба от чрезвычайных ситуаций, вызванных воздействием ракетно-космической техники на окружающую среду: Монография / А. Ю. Репин, В. В. Алпатов [и др.]. Химки : АГЗ МЧС России, 2020. Т. 2. 205 с.

Wilenius M. Sociology, modernity and the globalization of environmental change // International sociology. L., 1999. Vol. 14, № 1. Pp. 33–57.



Рыжкина Юлия Владимировна
Уральский федеральный университет,
Екатеринбург, Россия.
julia45845@gmail.com

РОЛЬ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ В ПЕРИОД ВЫСОКОЙ ТУРБУЛЕНТНОСТИ В МИРЕ

Аннотация. Во время экономических и других кризисов особую роль играют коммуникации внутри корпораций и фирм, которые могут способствовать поддержке сотрудников в психологическом и юридическом плане. В статье сформулирована важность и роль такого взаимодействия, а также расписаны принципы внутренних коммуникаций и действия, которые помогут наладить общение.

Ключевые слова: внутренние коммуникации, антикризисные коммуникации, психологический фон, уровень тревожности

Ryzhkina Julia V.
Ural Federal University,
Ekaterinburg, Russia.
julia45845@gmail.com

THE ROLE OF INTERNAL COMMUNICATIONS IN A PERIOD OF HIGH TURBULENCE IN THE WORLD

Abstract. During economic and other crises, communications within corporations and firms play a special role, which can contribute to the psychological and legal support of employees. The article formulates the importance and role of such interaction, as well as describes the principles of internal communications and actions that will help establish communication.

Keywords: internal communications, anti-crisis communications, psychological background, anxiety level

Постоянные изменения, новые вводные, внезапность событий, эпидемии, военные конфликты и экономические кризисы напрямую влияют на жизнедеятельность людей. При этом экономическая ситуация и кризисы напрямую связаны с рабочей, профессиональной частью человеческой жизни. И эта часть очень важная потому, что люди проводят на рабочем месте треть дня, а также потому, что занятость обеспечивает жизнь взрослого трудоспособного населения.

Одновременно с этим ухудшается психологический фон. Быстрые изменения, высокая турбулентность, в которой мы живём, страх неизвестности повышают уровень тревожности [ФОМ сообщил...]. Становится невозможно планировать и предсказывать, что будет через несколько месяцев, недель, дней.

В такие периоды особую роль занимают внутрикорпоративные коммуникации.

Коммуникации в корпорациях и фирмах являются неотъемлемой частью рабочего процесса. Любые внутренние документы, планёрки и летучки, корпоративные социальные сети, чаты, письма в электронной почте – всё это можно отнести к системе внутренних коммуникаций. Чтобы быть эффективными, внутренние коммуникации, как и любые другие формы коммуникации, должны придерживаться следующих признаков: открытость, достоверность, своевременность, ясность,

беспристрастность, независимость. [Аудит внутренних коммуникаций...]. Особое значение эти признаки приобретают в периоды постоянного потока новостей, не всегда достоверных.

Внутренние коммуникации в сложные и неопределённые времена, целью которых является поддержка сотрудников, регулирование ситуации, предотвращение последствий, недопущение подобных ситуаций в будущем, можно назвать антикризисными.

Антикризисные внутренние коммуникации – максимально честный и открытый диалог руководства компании со своими сотрудниками. В такой коммуникации важно подсвечивать позитивные моменты, говорить о ресурсах компании, возможностях, заботе со стороны руководства, быть эмпатичным.

Какие должны быть антикризисные внутренние коммуникации:

1. Важно, чтобы поддержка в трудные времена исходила непосредственно от руководителей компании. Топ-менеджменту следует вести открытый диалог. Это может быть прямой эфир с руководителями, где у сотрудников будет возможность получить ответ на свой вопрос.

2. Транслировать планы и дальнейшие шаги, понимать свои цели, при необходимости корректировать, оценивая существующие риски.

3. Важна скорость. Задержка в несколько дней, скорее всего, усугубит ситуацию внутри коллектива и даст повод для вопросов и сомнений. Если точной информации и сформулированного плана нет, следует выйти с человекоориентированной и эмпатичной коммуникацией. Но сделать это, не выжидая какого-то удобного момента.

4. Быть на связи, поддерживать и спрашивать, «как дела». Продолжать вести регулярную коммуникацию с сотрудниками, отслеживать настроения, обновлять информацию согласно новым вводным извне: следить за новостями, обновлением нормативно-правовых актов [Гайд: как выстраивать...].

5. Создать единую службу или «окно поддержки» для срочной юридической и психологической помощи. Это даст возможность получить ответ в экстренном случае, снизит панику, поможет прояснить ситуацию, отгородит от необдуманных поступков.

Эти действия помогут коллективу компании снизить уровень тревожности, наладят атмосферу и поспособствуют поддержке в трудную минуту, сблизят сотрудников между собой и сотрудников с руководителями, повысят уровень доверия, предотвратят конфликты внутри команды, повысят уровень лояльности сотрудников к компании и руководству.

Можно сделать вывод, что внутренние коммуникации – не только связующее звено между руководством и сотрудниками, но и возможность регулировать настроения, влиять на уровень тревожности и атмосферу в коллективе. Сейчас, как никогда, важно поддерживать сотрудников в первую очередь для их психологического здоровья, а только во вторую – для поддержания продуктивности на рабочем месте.

Список литературы

Аудит внутренних коммуникаций компании // Pro personal : [сайт]. URL: <https://www.pro-personal.ru/article/8579-audit-vnutrennih-kommunikatsiy-kompanii> (дата обращения: 08.10.2022).

Гайд: как выстраивать коммуникации внутри компании в кризисных условиях // VC : [сайт]. URL: <https://vc.ru/hr/372960-gayd-kak-vystrivat-kommunikacii-vnutri-kompanii-v-krizisnyh-usloviyah> (дата обращения: 08.10.2022).

ФОМ сообщил о рекордном уровне тревожности россиян за последние годы // РБК : [сайт]. URL: <https://www.rbc.ru/society/07/10/2022/633fe7119a79473c0843f0f7> (дата обращения: 08.10.2022).

[EDN: RWEFRS](#)



Сосунова Ирина Александровна
Российское общество социологов,
Москва, Россия.
sossunova@gmail.com

Мамонова Ольга Николаевна
Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
foxie@inbox.ru

ЭКОУСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

Аннотация. В данной статье рассмотрены проблемы экоустойчивого развития, предложен ряд показателей с учётом происходящих трансформаций в современных условиях, даны практические рекомендации для регионов.

Ключевые слова: показатели, экоустойчивое развитие, регион, трансформация

Sosunova Irina A.
Russian Society of Sociologists,
Moscow, Russia.
sossunova@gmail.com

Mamonova Olga N.
Institute of Sociology of FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
foxie@inbox.ru

ECO-SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF REGIONS DURING THE TRANSFORMATION

Abstract. In this article, the problems of sustainable development are considered, a number of indicators during the transformation in modern conditions are proposed, and practical recommendations for the regions are given.

Keywords: indicators, sustainable development, region, transformation

Экоустойчивое развитие является одним из тех понятий, которые, в силу их фундаментальности и многогранности, называют категориями. Но эта категория в отличие от известных социологических категорий, имеет прямое отношение к решению самых актуальных проблем современности.

Можно согласиться с ведущими российскими специалистами в том, что экоустойчивое развитие – целевая установка современного человечества, новая парадигма его развития, существенно отличающаяся от предыдущих установок развития общества. Эта парадигма возникла в 80-х годах прошлого столетия в связи с тем, что ряд политиков и учёных пришли к выводу, что парадигма «потребление» – тупиковый путь развития для общества [Брундтланд, 1987: 412; Коптюг, 1992: 62]

Обычно экоустойчивое развитие рассматривается с трёх точек зрения:

Первая – как в основном экономическая составляющая на основе природоподобных (зелёных) технологий при стабильном политическом состоянии.

Вторая – как «субъективное» понятие. Экоустойчивое развитие рассматривается как субъективная или социологическая оценка мнений и представлений различных социально-демографических и социально-профессиональных групп в разных регионах об экоустойчивом развитии в месте своего проживания.

На наш взгляд, важна третья точка зрения – «интегральное понятие» [Сосунова, 2001].

Экоустойчивое развитие рассматривается как совокупность объективных и субъективно-оценочных характеристик отдельных компонентов жизнедеятельности человека в различных регионах страны.

Она может включать в себя такие компоненты, как здоровье – особенно это стало актуально после пандемии ковида; продовольственную составляющую, то есть потребление продуктов питания; образовательную – экологическое образование; социальную составляющую: комфортные условия труда; жилищные условия; экодизайн в одежде; рекреацию и отдых и т. д.

А кроме того, экономические возможности, политические возможности, использование медицинской помощи и другие факторы, которые определяют саму возможность достижения высокого уровня и качества жизни населения, при этом сохраняя ресурсы для будущих поколений, обеспечивая собственную безопасность и гендерное равенство для мужчин и женщин.

Обращает на себя внимание тот факт, что, на наш взгляд, должен присутствовать такой аспект человеческого потенциала, как психика человека или психика населения конкретного региона, представляющего собой социум – коллективный субъект, то есть когнитивная составляющая в социокультурном взаимодействии.

В настоящее время важными характеристиками экоустойчивого развития являются:

1. Продовольственная безопасность: пищевые продукты, питание и здоровье.

В целях улучшения здоровья граждан приоритетными направлениями исследований и разработок должны стать: развитие безопасных и гибких производственных технологий, диагностика и предупреждение попадания в пищу инфекционных и токсичных агентов, получение более глубоких знаний о роли продуктов питания в улучшении и поддержании здоровья населения.

2. Контроль за инфекционными заболеваниями.

В целях борьбы с возникновением инфекционных заболеваний (как известных, так и тех новых, которые могут появиться в результате генных мутаций) и их эффективного лечения приоритетными направлениями исследований и разработок могут стать: создание новых вакцин, совершенствование стратегий выявления инфекций и контроля за их развитием, различные аспекты общественного здоровья, связанные с развитием системы предупреждения болезней.

3. Биотехнологии («Фабрики живых клеток»).

В целях поддержки предпринимательства в области наук о жизни и биотехнологий, особенно имеющих отношение к проблемам здоровья, охраны природной среды, агроиндустрии, производства побочных продуктов, приоритетными направлениями исследований и разработок могут быть инновационные работы в области создания любых продуктов, в том числе предназначенных для лечения на основе новых знаний о биологических процессах.

4. Окружающая среда и здоровье.

В целях создания экологически безопасных технических средств и производств, предупреждения негативных эффектов окружающей среды в целом, приоритетными направлениями исследований и разработок становится выявление тех факторов окружающей среды, которые вызывают заболевания и аллергические реакции.

5. Устойчивое развитие агропроизводств, рыболовства и лесного хозяйства, а также системного развития регионов, включая горную зону.

Акцент делается на такое развитие, которое предусматривает инновационные решения, учитывает торговую ситуацию в глобальном масштабе, экологические требования и отвечает социальным ожиданиям населения соответствующих регионов России.

6. Старение населения и проблемы нарушения их функциональных и социальных возможностей.

Актуальным представляется изучение заболеваний, связанных с возрастными изменениями, предупреждение или задержка таких заболеваний, функциональных и социальных ограничений, разработка способов поддержки пожилых людей с ограниченными возможностями, проживающих в домашних условиях, исследование и решение демографических и социальных проблем. Именно на это нацелена национальная программа «Демография».

Можно предложить систему оценки экоустойчивого развития в регионах, которая выглядит следующим образом:

1. Объективная оценка условий, созданных в основных сферах жизнедеятельности: воспроизводства, материального производства, коммуникаций, общественного управления, в том числе и в духовной сфере.

2. Объективно-субъективная оценка деятельности власти по созданию экоблагоприятных условий в основных сферах жизнедеятельности конкретного региона.

3. Субъективная оценка населением экокомфортности жизни (характеристик условий своей жизни и жизни своей семьи, своего материального состояния, жилищных условий с точки зрения экологических стандартов и т. д.

Таким образом, экоустойчивое развитие – сложное, комплексное понятие, аккумулирующее множество факторов и аспектов. Чтобы количественно измерить степень экоустойчивого развития в конкретном регионе, необходимо сформировать максимально полный состав факторов, влияющих на жизнь населения [Сосунова, 2010: 178].

Конкретный набор факторов может быть представлен следующим образом:

1. Личная и семейная безопасность (отсутствие разгула преступности, криминализации жизни и произвола властей, минимизация экологических и техногенных катастроф и т. д.).

2. Материальное благополучие (наличие комфортного жилья, одежды, питания, возможность обеспечить себе и своей семье образование и медицинское обслуживание).

3. Плодотворный досуг (наличие свободного времени и способов его эффективного использования, доступ к культурным ценностям и т. д.).

4. Хороший климат (отсутствие стихийных бедствий, затяжных дождей, резких перепадов температуры и давления, соответствие погоды текущему времени года, достаточное количество солнечных дней и т. п.).

5. Социальная коммуникация, выполняющая роль социального взаимодействия субъектов и коллективов как на региональном, так и федеральном уровнях через социальные контакты (дружба, общение, взаимопонимание, и т. п.).

6. Социальная стабильность, уверенность в будущем (отсутствие социальных и политических потрясений плохо продуманных и неподготовленных экономических реформ, умеренная инфляция и т. п.).

7. Комфортная среда обитания (хорошая экология, развитая социальная инфраструктура и т. п.).

8. Хорошее здоровье (отсутствие хронических болезней, серьезных и фатальных травм).

Каждый из этих показателей оценивается по значимости и удовлетворённости населением соответствующих регионов. Респондентам в социологических опросах обычно предлагается расположить по значимости все составляющие экоустойчивого развития, а затем оценить уровень удовлетворённости ими. Общий вывод заключается в том, что состав и динамика экоустойчивого развития в регионах зависят, в том числе, и от особенностей культуры той или иной социально-демографической или социально-профессиональной группы, её возрастного уровня и профессионально-личностных характеристик.

В мае–июне 2022 г. ИК РОС «Экосоциология» совместно с РУДН был проведён экспертный опрос по проблемам экоустойчивого развития. Предварительный анализ экспертных оценок представлен в таблице.

Таблица 1. Предварительный анализ экспертных оценок

№ в ранговом порядке	Составляющие экоустойчивого развития	% от всех опрошенных
1	Состояние системы оповещения в случае чрезвычайной ситуации	46
2	Инфраструктура	44
3	Санитарное состояние столовых и пунктов приёма пищи	42
4	Комфортабельность помещений	24
5	Энергоснабжение	14
6	Водоснабжение	14
7	Защита здоровья (прививки от Ковид)	12

Полученные результаты свидетельствуют о том, что большинство опрошенных экспертов связывает экоустойчивое развитие с безопасностью. Аспекты, относящиеся к сфере духовных потребностей и социальной коммуникации, экспертов практически не волнуют.

При этом, существует явный логический парадокс: нельзя рассуждать о том, что такое экоустойчивое развитие, не сказав о том, что понимается под самой жизнью. Видимо, «по умолчанию» предполагается, что всем известно, в чём заключается суть жизни. А это не соответствует действительности.

Пандемия коронавирусной инфекции в 2020–2021 гг. резко повлияла на ценностный мир россиян. Здоровье из инструментальной ценности (здоровье ради карьеры и т. п.) стало базовой ценностью. Россияне всерьез задумались о своем здоровье и здоровье близких, о здоровом образе жизни и о смысле жизни.

Таким образом, главная теоретическая проблема, которую надо решить для того чтобы выйти на новое научное понимание категории экоустойчивого развития, это определиться с пониманием сущности такого явления, как жизнь человека и социума. Жизнь человека – это процесс самореализации заложенного в человеке природой и развивающегося после рождения жизненного потенциала, включающий физиологические функции и деятельность во внутренней (психической, духовной) и внешней (материальной и социальной) сферах, направленную на самосохранение, развитие и репродукцию себя, на познание мира и его преобразование в целях удовлетворения своих и видовых потребностей.

Сейчас, когда ведётся специальная военная операция на Донбассе и приграничные регионы России (Курская, Белгородская, Брянская, Ростовская области) подвергаются налетам ВСУ, как-то иначе воспринимается само понятие жизни.

Жизнь населения (понимаемого как социум, то есть как некоторая общность людей на уровне государства, региона, населённого пункта) – процесс взаимосогласованной жизни образующих данный социум индивидов и выполнения организованной определённым образом их совместной деятельности, направленной на самосохранение социума, его развитие и достижение общих для социума, как коллективного субъекта, целей. И сейчас эта жизнь населения ряда регионов зависит от приближенности к театру военных действий.

А значит и меняется сама сущность жизни людей конкретного региона. И следует учитывать риск и неопределённость её в современных условиях. И тогда важным показателем экоустойчивого развития приграничных регионов становится защищённость жизненно важных интересов населения такого региона: то есть процесс взаимодействия с окружающей средой, направленный в целом на эко-устойчивое сохранение и развитие жизни во все более широких границах природных условий путём научно-технического прогресса, личностного совершенствования и преодоления социальных противоречий.

Этот процесс происходит в природной, искусственной и в социальной средах путём сложного, в том числе, конкурентного взаимодействия с разными объектами и субъектами, «населяющими» эти среды.

Из вышесказанного, исходя из условий трансформаций, вытекает трактовка сущности категории экоустойчивого развития как оценочной категории, обобщенно характеризующей параметры всех составляющих: жизненного потенциала, процесса и условий жизнедеятельности (инструментов, ресурсов и среды) по отношению к некоторому объективному или субъективному эталону.

Индикаторы, которые следует учитывать при построении номенклатуры показателей экоустойчивого развития, включают в себя, помимо самого носителя жизни – человека, процессы его жизнедеятельности и их результаты, а также среду (природную, техногенную и социальную), инструменты и ресурсы. Под инструментами понимаются в условиях трансформаций используемые людьми

технические устройства, технологии, информационные средства, с учётом зелёной альтернативы.

Полная система показателей экоустойчивого развития должна описывать все компоненты системы жизнедеятельности каждого региона. Исходя из этих соображений общероссийская универсальная номенклатура показателей, где присутствуют и объективные и субъективно-оценочные показатели, должна носить интегральный характер. При желании всегда можно выделить те и другие, и помимо интегральной оценки получить отдельные оценки субъективного и объективного экоустойчивого развития для каждого региона страны.

Список литературы

- Брундтланд Г. Х.* Наше общее будущее / Г. Х. Брундтланд. М. : Прогресс, 1987. 412 с.
- Коптюг В. А.* Конференция ООН по окружающей среде и развитию / В. А. Коптюг // Информационный обзор. Новосибирск : РАН, 1992. 62 с.
- Сосунова И. А.* Социальная политика и социальные процессы / И. А. Сосунова // Концепция устойчивого развития. 2001. № 1. С. 288–293.
- Сосунова И. А.* Методология и методы социальной экологии / И. А. Сосунова М. : МНЭПУ, 2010. 399 с.



Титаренко Лариса Григорьевна
Белорусский государственный университет,
Минск, Республика Беларусь.
larissa@bsu.by

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА (КЕЙС-СТАДИ МИНСКА)

Аннотация. Защита и сохранение экосистем, борьба с изменением климата, поддержание устойчивого сбалансированного развития городов входят в число основных целей устойчивого развития, провозглашенных ООН в 2015 г. [Цели в области устойчивого развития]. Жители больших городов, ведущие экологически ориентированный образ жизни, вносят посильный вклад в поддержание этих целей. В статье на примере исследования жителей Минска рассмотрены взаимосвязи экологических ценностей и экологического поведения горожан, относящихся к двум поколениям – молодому и среднему. На эмпирических данных выделены типы экологического поведения минчан. Показано, что для успешной реализации концепции устойчивого развития по-прежнему актуально формирование экологического сознания и экологически ориентированного поведения разных социально-демографических групп городского населения.

Ключевые слова: устойчивое развитие, экологические ценности, типы экологического поведения, экологическое сознание, молодёжь, горожане, Минск

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND ENVIRONMENTAL BEHAVIOR OF CITY RESIDENTS (CASE-STUDY MINSK)

Titarenko Larisa G.
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus.
larissa@bsu.by

Abstract. Protection and conservation of ecosystems, combating climate change, maintaining a sustainable balanced development of cities are among the main goals of sustainable development proclaimed by the UN in 2015 [Цели в области устойчивого развития]. Residents of large cities, leading an environmentally oriented lifestyle, make a feasible contribution to the maintenance of these goals. In the article, on the example of a study of residents of Minsk, the relationship between environmental values and environmental behavior of citizens belonging to two generations – young and middle aged. On the basis of empirical data, the types of ecological behavior of Minsk residents are distinguished. It is shown that for the successful implementation of the concept of sustainable development, the formation of environmental consciousness and environmentally oriented behavior of different socio-demographic groups of the urban population is still relevant.

Keywords: sustainable development, ecological values, types of ecological behavior, ecological consciousness, youth, citizens, Minsk

Введение

В XXI-м веке ввиду нарастания глобального экологического кризиса растёт осознание гражданами важности экологических проблем и их решения. Вместе с тем, нарастающий вал противоречивой экологической информации – от запугивания глобальными катастрофами до оптимистических заверений в экологическом благополучии – препятствует выработке у населения высокого уровня экологического сознания и формированию оптимальных типов экологического поведения. Однако

задача их совершенствования остаётся актуальной для всех стран даже в условиях обострения геополитической ситуации в мире.

В статье представлены результаты социологических исследований, проводимых на протяжении пяти лет среди населения г. Минска, посвящённых экологическим проблемам. В исследовании участвовали студенты ведущих вузов Минска, обучающиеся по техническим, естественнонаучным и гуманитарным специальностям, и горожане, условно отнесённые по возрасту к «поколению родителей». На полученных эмпирических данных выделены основные типы экологического поведения горожан. Результаты исследования не выявили существенной разницы в развитии экологического сознания и поведения горожан разных поколений. В то же время сопоставление уровней экологических знаний, информированности разных групп горожан по проблемам экологии, их приоритетные ценности оказались напрямую не связанными с типами поведения. Делается вывод о необходимости совершенствования экологического воспитания горожан и формирования типа личности, ориентированного на гармоничные взаимоотношения с природой.

В Беларуси экологическая ситуация не является критической. Актуальность проблемы формирования у населения базовых экологических ценностей и экологического поведения определяется тем, что страна ориентируется в своей деятельности на концепцию устойчивого развития, поэтому экологические ценности входят в число приоритетных наряду с ценностями социально-экономической стабильности и роста благосостояния. Распространение в массовом сознании граждан экологических ценностей, перестройка образа жизни населения на экологический лад, активная защита окружающей среды, формирование экологической культуры – необходимые условия дальнейшего устойчивого существования белорусского общества [Устойчивое развитие и социально-экологические...]. В то же время это и обязательное условие роста качества жизни населения нашей страны и мира в целом [Гирусов, 2009; Яницкий, 2013].

Важность проблемы формирования у населения базовых экологических ценностей связана с тем, что по мере того как повседневный образ жизни населения приобретает более экологический характер, меняются коллективные и индивидуальные взаимоотношения человека с природой: граждане сознательно включаются в работу экологических групп и коллективные действия по защите окружающей среды, по изменению законодательства в области экологической политики государств, по улучшению окружающей среды, стараются перестраивать свою повседневную жизнь на «дружественный» лад к природе по нормам экологической культуры: экономить ресурсы, поддерживать баланс отношений с окружающей средой, заботиться о природе по месту жительства. Индивидуальные и коллективные экологические ценности и практики являются важными индикаторами перестройки образа жизни населения (хотя они представляют лишь часть индикаторов устойчивого развития общества). Экологически ориентированный образ жизни, основанный на приоритете экологических ценностей, должен стать нормой в обществе: люди обязаны заботиться о чистоте окружающей среды, защите природы, отказываться от излишнего потребления природных ресурсов. В науке продолжается поиск ответов на вопрос о месте и роли экологии в науке и культуре

В проведённом исследовании конструирование типов экологического поведения осуществлялось исходя из того, что оптимальные типы поведения будут характеризоваться гуманистическим подходом к природе, гармоническим сочетанием рационального отношения к миру и развитием экологических ценностей, определяющих экологически ориентированный образ жизни людей, а их альтернативой будут типы поведения, отличающиеся низким уровнем экологических знаний, слабым пониманием важности проблем экологии, неучастием в их практическом решении, доминированием потребительских ориентаций [Гирусов, 2009: 92].

Методы и методология исследования

Применён социологический опрос по авторской анкете как метод исследования для белорусского общества. Изучение экологических ценностей и экологически ориентированного поведения социологическими методами является достаточно новой методикой, хотя проблема формирования экологического сознания, экологических ценностей и культуры давно включена в сферу интересов философского сообщества [Каракo, 2011]. Поскольку три четверти населения Белоруссии живут в городах, особую актуальность приобретает исследование указанной проблемы для городского населения. В рамках социологического изучения экологического сознания и поведения населения Минска была разработана методика замера экологических ценностей, доминирующих в сознании горожан, уровня их информированности, их самооценки собственного образа жизни, а также замера форм индивидуального и коллективного поведения, которые определяют, насколько экологически ориентированным является их образ жизни. Мы исходили из того факта, что население Минска имеет самый высокий в республике уровень образования. Поэтому для получения эмпирических данных были взяты две группы горожан, типичных по уровню образования для Минска: студенчество (молодое поколение минчан, имеющих неполное высшее образование разного профиля) и среднее поколение (лица 40–59 лет с высшим и средним/средним специальным образованием). Условно эти две группы, репрезентирующие молодое поколение минчан (лица, родившиеся после 1991 г., обучающиеся на 3–4 курсах минских вузов) и среднее поколение (граждане, социализированные в условиях СССР и живущие в настоящее время в городе Минске), были названы поколениями «детей» и «родителей». Исследовательская гипотеза состояла в том, что эти группы минчан могут иметь наиболее высокий уровень экологических знаний, экологической культуры, экологического поведения, и, следовательно, могут служить образцом для других групп минчан. Сравнение этих групп позволяет проследить, является ли молодое поколение более ориентированным на приоритеты экологии, чем среднее поколение, представители которого находятся у власти и принимают судьбоносные для страны решения. Иначе говоря, можно ли ожидать, что молодое поколение будет способно совершить радикальный «экоповорот», необходимость которого осознается учёными и гражданским обществом всего мира, включая Россию [Яницкий, 2019], и без которого невозможна реализация проекта устойчивого развития общества.

Первичная социологическая информация была получена в ходе массового анкетного опроса указанных групп населения Минска в пять этапов, осуществлённых по единому инструментарию. Выборки имели целевой характер, каждая возрастная группа состояла из примерно равного числа женщин и мужчин. Студенты 3–4 курсов репрезентировали пять вузов Минска с разной направленностью обучения. Молодёжь опрашивалась в студенческих группах методом группового раздаточного опроса, с учётом паритета по полу, профилю и курсу обучения. В квотном опросе среднего поколения были сбалансированы три признака: пол, возраст, образование. Каждая возрастная выборка составила 1 000 чел. Гипотеза состояла в том, что если экологические ценности входят в число приоритетов группы, то они стимулируют реализацию экологичного образа жизни в повседневной жизни. Мы полагали, что разрыв в знаниях и ценностях между поколениями не будет велик, т. к. условия жизни в большом городе сглаживают различия. Ожидалось, что достаточно большое число молодёжи будет включено в экологические групповые практики, а среднее поколение – в индивидуальные действия экологического характера. Студенчество рассматривалось как потенциальный агент нового типа социальной активности в социально-экологической сфере [Двойнев, 2007: 134].

Экологически активные и пассивные типы

Для оценки экологически ориентированного поведения была использована методика по замеру приоритетов типов индивидуального поведения из шести пар высказываний, одно из которых было ресурсосберегающим и экологически ориентированным. Ответы замерялись как самооценка по шкале от 1 до 6 баллов, затем строился интегральный показатель экологического поведения. В итоге у обоих поколений он составил менее 4 баллов, что соответствует среднему уровню. Этот результат может быть обусловлен невысоким уровнем информированности о ресурсосберегающем поведении, неэффективностью его пропаганды в СМИ, невключённостью экологических ценностей в систему базовых ценностей горожан, вследствие которых даже имеющиеся экологические знания не всегда реализуются на практике, а экологическая инициатива со стороны граждан, по их самооценке, остаётся низкой.

Что касается участия респондентов в коллективных экологических акциях на уровне города (обращение в органы власти с заявлением, жалобой по поводу нарушения природоохранного законодательства, финансовая поддержка акций по охране окружающей среды) либо в коллективных акциях экологического характера (уборке территории, посадке деревьев), общий уровень активности обеих групп горожан оказался ниже 10%, а по отдельным видам действий – почти на нуле. Однако на прямой вопрос, предпринимали ли граждане какие-либо конкретные действия для решения экологических проблем, 18–19% ответили положительно. Только эта часть респондентов может быть оценена как «экологические активисты»; скорректированная по другим индикаторам, она составляет примерно 11–12% от числа опрошенных. Это не так мало, учитывая тот факт, что в Беларуси вообще отмечается низкий уровень социально-экологической активности населения. По некоторым данным, активное членство в экологических организациях свойственно для менее 1% респондентов.

Респонденты, не вошедшие в число экологических активистов, не образуют единой пассивной группы: корреляция ответов респондентов об уровне их знаний, установках на экологические действия, экологических ценностях и участии в конкретных действиях позволяет выделить ещё три типа: собственно пассивный и два промежуточных типа поведения: (а) «экологически информированные пассивные граждане», т. е. лица, имеющие достаточный уровень знаний и понимающие важность экологических проблем, но не предпринимающие личных действий экологического характера (48–50%); (б) «неинформированные активные» – лица, плохо информированные по проблемам экологии, но желающие приобрести больше знаний и перестроить свой образ жизни на более экологичный (10–11%). Респонденты, попавшие в собственно пассивный тип поведения, отличаются низким уровнем экологических знаний и понимания экологических проблем, отсутствием экологических ценностей, у них нет мотивации к конкретным действиям по перестройке своего образа жизни или они безразличны к этим проблемам (25–28%). Конкретные цифры, соответствующие тому или иному типу поведения каждого поколения, год от года несколько различались, но тенденция преобладания промежуточных типов при минимальной представленности в обществе «экологических активистов» сохранялась и в поколении студентов, и в поколении «родителей». Чёткой динамики в изменении экологических ценностей, как и в типах поведения, выявлено не было. В целом можно констатировать низкую экологическую вовлечённость горожан в конкретные практики. И если на групповом уровне это можно объяснить общей социальной пассивностью белорусского населения, то на уровне индивидуальных действий главная причина кроется в сознании и культуре людей. Очевидно, что большинство населения Минска (включая студентов) соответствует созерцательно-пассивному уровню экологического поведения: люди знают о наличии экологических проблем, хотели бы сделать свой образ жизни более экологичным, но не мотивированы принимать деятельное участие в решении реальных экологических проблем, а их экологическое поведение не выходит за рамки повседневных практик. Полагаем, что у них экологические ценности так и не стали доминантными, даже если респонденты это декларируют в опросе. Не выявлено прямой зависимости между типами поведения и полом, возрастом, уровнем образования респондентов.

Экологические приоритеты поколений

Важным показателем экологического сознания является уровень экологических знаний. Основа формирования экологической культуры и ценностных ориентаций горожан – информированность. Результаты опроса не выявили статистически значимых различий в уровне знаний экологических проблем у двух поколений: оба показали средний уровень. Однако оба поколения критически оценили важность различных экологических проблем Минска (особенно загрязнение воздуха выхлопными газами) и всей Беларуси, пережившей Чернобыльскую аварию (радиоактивное загрязнение, загрязнение сточных вод и т. п.).

Выявлена ожидаемая приоритетность источников информации: у студентов первенствует Интернет, затем идут вуз и школа, у среднего поколения – телевидение, затем школа и вуз, и далее остальные СМИ. Судя по этим данным, оба поколения

потребляют не только объективную информацию, но и следуют стереотипам массового сознания об экологии, транслируемым в СМИ и Интернете. Разделить реальные знания, базирующиеся на научных данных, и массовые стереотипы (например, порождённые чернобыльским синдромом) не представлялось возможным. Вместе с тем, проявленный населением Минска средний уровень экологических знаний недостаточен для продвижения модели устойчивого развития общества и мотивации активного экологического поведения. Сходный вывод о нехватке у населения экологических знаний был сделан и авторами более ранних белорусских исследований [Устойчивое развитие и социально, 2011: 258]. Недостаточно высокий уровень знаний может свидетельствовать о низкой эффективности мер экологического просвещения или качестве распространяемой массовой информации, а также о недостатке экологических знаний и о приоритете иных ценностей. Ориентации на экологическое самообразование у горожан не выявлено. Студенты предпочитают Интернет, а не вуз, где обычно формируются научные основы экологически ориентированного профессионального мировоззрения, осваиваются экологические нормы и требования. Поэтому улучшение информированности населения по проблемам экологии и регулярная публикация материалов в соцсетях – необходимые задачи экологического просвещения и формирования гражданской ответственности у молодёжи.

Выявлено, что многие горожане не задумываются, как можно повысить качество жизни в городе: лишь половина опрошенных согласилась, что «дружественное» отношение к природе, признание её условием гармонического развития личности и средой обитания человека является «очень важным» или «важным». Остальные 50% опрошенных характеризовали природу как источник благ и экономических ресурсов общества, т. е. рассматривали её как объект человеческого воздействия ради достижения тех или иных целей. Такое отношение типично для современного подхода, который соответствует приоритету социально-экономических императивов в развитии общества, ориентации на материальные показатели научно-технического прогресса и рациональность эпохи индустриализма. Такой подход, на наш взгляд, порождает иллюзии о росте благосостояния без учёта ограниченности природных ресурсов и не способствует утверждению экологических императивов [Двойнев, 2011]. В то же время, исследования московских студентов выявили намного более высокое качество экологического сознания, чем в наших опросах [Ивлева, 2019: 696].

В минском опросе большинство респондентов отдали предпочтение традиционным ценностям (семья, здоровье, материальное благополучие). Из экологических ценностей самое высокое место заняли «благоприятные экологические условия жизни» (45%) и «забота об окружающей среде» (40%). В целом, это соответствует экологическим ценностям, имеющим приоритет и у россиян [Сосунова, 2015]. Однако участие в конкретных экологических действиях отметили лишь 30% студентов и менее 10% лиц среднего поколения. Очевидно, что выявленные ценностные приоритеты горожан подтверждают, что знания не всегда мотивируют их на действия, соответствующие этим знаниям, и поэтому не всегда оказывают влияние на повседневные практики. При этом половина респондентов оценила свои знания по экологии как достаточные. Лишь пятая часть признала свой уровень знаний по экологическим вопросам недостаточным. Видимо, дефицит таких знаний не только существует, но и слабо осознается. И всё же не в недостатке знаний кроется проблема.

На вопрос о том, что мешает людям перестроить жизнь на более экологичный лад, на первом месте оказались не низкие знания, а отсутствие собственной инициативы. Для среднего поколения этот показатель ответов был выше 50%, для студентов – чуть ниже. Экологическая пассивность населения – это главный тормоз на пути практической экологизации образа жизни города. Вторым препятствием 25% опрошенных назвали отсутствие поддержки и конкретных мер экологического характера со стороны государства. Видимо, по мнению населения, социализированного в условиях государственного патернализма, государство должно брать инициативу даже в том, чтобы заставить (или мотивировать) граждан перестроить их собственную жизнь на экологически ориентированный лад. Патернализм глубоко укоренён в сознании населения: за пять лет, в течение которых проводились опросы, картина не изменилась. Более того, экологические типы поведения сохранили устойчивость за десятилетие [Титаренко, 2011]. Инертность массового сознания, практическая неготовность населения к самостоятельным реальным действиям по-прежнему мешает горожанам изменить жизнь на экологичный лад. Эти два препятствия соответственно отражают внутренний и внешний локусы контроля поведения горожан: с одной стороны, респонденты видят причину невозможности перехода к более экологичному образу жизни в себе, собственном бездействии, с другой – перекладывают ответственность на государство. Отсутствие личной инициативы граждан, подкреплённое патерналистской политикой Белоруссии, является важной причиной недостаточно высокого уровня экологических знаний респондентов, их низкой мотивированности на получение новых знаний и практической переориентации на более экологичный образ жизни.

Выводы

Исследование не подтвердило, что студенчество выражает более высокую заинтересованность в формировании экологически ориентированного типа поведения и служит моделью для других групп населения. Скорее, поведение студенчества демонстрирует экологическое безразличие. Студенты ничем качественно не отличаются от среднего поколения ни в знаниях, ни в ценностях, ни в уровне экологической активности, их поведение соответствует общей потребительской ориентации населения. Чтобы осуществить поворот к другой модели поведения, необходимы, кроме прочего, более эффективные меры воздействия на молодёжь. Продуманный комплекс мотивационных мероприятий (включая экологическое просвещение и образование) на основе экологической идеологии, зафиксированной в государственной экологической политике, может помочь перевести данный процесс с уровня намерений на уровень конкретных действий.

Результаты исследования показали, что тормозом на пути к экологичному образу жизни служит ситуативное внимание общества к экологической проблематике. Когда интерес к вопросам окружающей среды имеет дискретный характер, внимание людей легко переключается на более злободневные в контексте Беларуси проблемы. Однако главное препятствие для формирования экологически ориентированного поведения минчан – отсутствие мотивации на переход к экологически ориентированному образу жизни в повседневной жизни. Перелом сложившейся ситуации требует

целенаправленных действий системы образования, её переориентации на формирование активной экологической позиции граждан, а не информированность как таковую.

Список литературы

- Гирусов Э. В.* Экологическая культура как высшая форма гуманизма / Э. В. Гирусов // *Философия и общество*. 2009. № 4. С. 74–92.
- Двойнев В. В.* Экологическое сознание студентов: актуальность изучения / В. В. Двойнев // *Высшее образование в России*. 2007. № 5. С. 134–136.
- Ивлева М. Л.* Проблема формирования социальной парадигмы эоцентризма: опыт философского осмысления социологического исследования в вузе / М. Л. Ивлева, В. Ю. Ивлев, С. Н. Курилов // *Вестник РУДН. Серия: Социология*. 2019. Т. 19, № 4. С. 692–706.
- Карako П. С.* Социальная экология: экологическое сознание / П. С. Карako. Минск : Экоперспектива, 2011.
- Сосунова И. А.* Экологические ценности и экологическое поведение в обществе риска / И. А. Сосунова, Л. Д. Титаренко // *Использование и охрана природных ресурсов в России*. 2015. № 4–5. С. 99–102.
- Титаренко Л. Г.* Экологический образ жизни минчан / Л. Г. Титаренко // *Социологические исследования*. 2011. № 3. С. 32–37.
- Устойчивое развитие и социально-экологические параметры качества жизни / Науч. ред. А. И. Зеленков. Минск, 2011.
- Цели в области устойчивого развития // Организация Объединённых наций : [сайт]. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (дата обращения: 15.09.2022).
- Яницкий О. Н.* Современная глобализация: новые тренды / О. Н. Яницкий // *Власть*. 2019. № 6.
- Яницкий О. Н.* К вопросу о концепции экосоциального знания / О. Н. Яницкий // *Социс*. 2013. № 4. С. 3–13.

EDN: SZQRBN



Урмина Ирина Александровна
Российский государственный социальный университет,
Москва, Россия.
urminaia@gmail.com

ЭКОЛОГИЯ ЧЕЛОВЕКА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СРЕДЕ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Аннотация. В статье анализируются проблемы социокультурной экологии организационных отношений, в полной мере отражающие динамику как общественных трансформационных процессов, так и совместной деятельности в сфере профессионального труда. Предлагается использовать позитивный и конструктивный подход к формированию социокультурных отношений, способствующий решению проблем трансформационных и кризисных изменений и преобразований в рамках современной организации.

Ключевые слова: организационные отношения, трансформационные изменения, социокультурная экология, человеческий ресурс, культура организации

Urmina Irina A.
Russian State Social University,
Moscow, Russia.
urminaia@gmail.com

HUMAN ECOLOGY IN THE MODERN ORGANIZATIONAL ENVIRONMENT: PROBLEMS AND SOLUTIONS

Abstract. The article analyzes the problems of socio-cultural ecology of organizational relations, fully reflecting the dynamics of both social transformation processes and joint activities in the field of professional work. It is proposed to use a positive and constructive approach to the formation of socio-cultural relations, contributing to solving the problems of transformational and crisis changes and transformations within the framework of a modern organization.

Keywords: organizational relations, transformational changes, socio-cultural ecology, human resource, organizational culture

Современные трансформационные изменения в обществе характеризуются массовым осознанием его членов того, что ранее установленные нормы, правила, технологии социального взаимодействия либо утрачивают, либо уже утратили свою надёжность, что выражается в снижении эффективности взаимодействия между функциональными единицами. На уровне организации это связано с нарушением межличностных связей и смещением привычных ролевых функций, снижение эффективности взаимодействия на внутри- и внегрупповом уровнях. С одной стороны, социальные значения действия связаны с практической активностью человека и воплощены в социальных конвенциях (social conventions), что способствует поддержанию и безопасному функционированию профессиональной организации [Giddens, 1979]. Каждый участник процесса трансформаций имеет возможность и время оценить и понять необходимость и важность предлагаемых изменений в личностном контексте. С другой, скорость перемен внешней среды организации

заставляет преодолевать неэффективные социальные и культурные стереотипы, при этом формируются новые правила взаимодействия и коммуникаций людей друг с другом и с окружением. Интенсивность и скорость перемен в современном мире порождает значительные социальные трудности или аномию – ощущение бесцельности или бесполезности существования, вызванное определёнными социальными условиями [Дюркгейм, 1995]. На фоне декларируемых пессимизма, социальной атомизации людей, депрессии, равнодушия, характерно представляемых культурой постмодерна, эти оценки проявляются и в культуре современных организаций. П. Слотердаjk называет это культурное состояние цинизмом [Слотердаjk, 2009], отмечая снижение витальности, обеднение переживаний, отказ от идеалов, разочарование в будущем и настоящем. Соответственно, культура современной организации связана с акцентированием проблемности, негативизмом, агрессивностью, подавленностью морального чувства. Отсюда снижение социальной эффективности многих организаций, ухудшение человеческих отношений в тех из них, где руководство не заботится о формировании и поддержании позитивных, конструктивных оснований организационной культуры.

Поскольку рамки и требования традиционной религиозной культуры (протестантской в большей степени) в ходе социального развития оказались в основном разрушены, в современных обществах многие люди сталкиваются с ощущением, что их повседневное существование лишено смысла. Тогда основой социальной общности людей становится система разделения труда как функциональной зависимости друг от друга. Человек нуждается в такой социальной среде, в которой не только поддерживаются стабильные связи, но и сохраняется определённое место, а его идеи и ценности разделяются другими членами группы. Это подтверждается исследованиями процессов групповой динамики У. Байона [Bion, 1991], раскрывшего понятие так называемого социального обмана – группового зависимого предположения, которое может оказать негативное влияние на эффективность выполнения задач организации. Идеализация возможностей лидера или руководителя приводит к возложению на него всей полноты ответственности, как за успешное решение задач, так и за неудачи, особенно в проблемные или кризисные для социальной группы периоды. Так формируются фантазии о возможной безопасности членов коллектива или группы, которые в результате становятся эмоционально зависимыми, обесценивают себя и деквалифицируют своими критическими мыслями, взглядами, идеями. Динамика процесса деквалификации и отчуждения определяется термином «Jonah Complex» (комплекс Ионы), который А. Маслоу [Маслоу, 1999] употребил в отношении индивида, уклоняющегося от своего неразвитого потенциала творчества и роста. Члены организации предпочитают лёгкую безопасность возможным страданиям и неизвестности опыта собственных усилий и ошибок. В периоды трансформации и кризиса общества, медленного решения социальных проблем такие тенденции прослеживаются отчётливо и на уровне отдельно взятой социальной институциональной единицы – организации, в которую люди стремятся с целью получения групповой безопасности и возможности частичного перекладывания ответственности за выполнение этой функции на плечи руководства. Если считать вышеуказанный тезис о социальном обмане верным, то именно в периоды проблемных трансформаций и кризисов на уровне отдельных организаций формируется стиль

наследования культуры организации, отражающий, с одной стороны, пассивность поведения членов организации в решении проблемных задач, неизбежно стоящих перед организациями (особенно, если проблемная ситуация носит затяжной характер), а с другой – авторитарную форму управления, опирающуюся на культурные предпочтения руководящей структуры или руководителя-лидера. Следует отметить, что ряд исследований культуры организации такую точку зрения лишь подтверждают.

Автор статьи и ранее, анализируя общие проблемы социокультурной экологии, указывала, что основной задачей направления является формирование гармоничного единства всех составляющих искусственного мира, созданного человеком, с целью создания целостного предметно-пространственного окружения, способствующего завершённого решению различных задач в процессе совместной жизнедеятельности людей. «В идеале в гармоническом единстве должны быть все параметры социокультурной среды: материально-физические, функционально-прагматические, социальные и эстетические» [Урмина, 2017: 56]. Это относится и к процессам, неизменно отражающим все изменения окружения такой социокультурной единицы как организация.

Удовлетворение желаний и интересов членов организации, помимо жизненных потребностей, необходимо им для поддержания баланса потребностей и социальности. В рамках организации это происходит в процессах социокультурного взаимодействия (реальный уровень) и коммуникаций (символический уровень), организующих динамическое пространство связей между людьми и артефактами. Как уже упоминалось ранее, культура руководит отбором, интерпретацией и передачей информации значимыми для современной организации способами с учётом групповых культурных допущений участников этой социальной институциональной группы, которые могут быть (сознательно или бессознательно, имплицитно или эксплицитно) проводниками нескольких культурных идентичностей, в зависимости от ситуации и характеристик решаемых проблем и задач. Социальная и культурная адаптация, отражающая как приспособление члена организации к окружению, так и окружения к себе, происходит в контексте определённого класса ситуации: рутинного или проблемного характера. В проблемной ситуации привычные и стереотипные действия не дают людям желаемого результата, нарастают тревога и чувство дискомфорта, интенсифицирующие межличностные коммуникации, социокультурное взаимодействие. Возникает столкновение прежних и новых оснований эффективности организации, проявляется отношение к необходимости обучаться новым наборам организационно–функциональных процедур, а также типы индивидуального и группового реагирования на проблемную ситуацию членов организации. Именно тогда формируются социокультурные инновации, носителями которых могут быть все члены организации в зависимости от их готовности к переменам и практическим действиям сначала на индивидуальном, а потом и групповом уровнях за счёт безопасного накопления вариаций поведения без нарушения системообразующих связей. Например, в условиях рутинной организационной ситуации представитель современной управляющей структуры в рамках общих норм может частично отменить ненужные культурные правила и регуляции, если это необходимо для повышения эффективности производственного процесса и рационально обосновано.

Глобализация бизнеса в конце XX в. породила локальные кодексы корпоративной этики и культуры: предписываемого поведения и ритма жизни людей, работающих в крупных корпорациях. Требуя от сотрудников максимальной включённости в работу, отождествления собственных стремлений с интересами компании, жизни в жёстком ритме постоянной конкуренции, работа в такой корпорации претендует на главенствующую роль и в иерархии оценочных категорий самого сотрудника. При явных важных преимуществах: высокой стабильной зарплате, карьерном росте (а вместе с ним росте не только в доходах, но и в статусе), социальном пакете и прочих атрибутах стабильной жизни – корпоративная модель успешности имеет ряд значимых побочных эффектов. Главный из них – нехватка времени на общение с близкими, реализацию творческого потенциала в сферах, отличных от профессиональной. Если по каким-либо обстоятельствам работа становится монотонной, перегруженной ответственностью и стрессами, преимущества высокого дохода как результата жизненной успешности могут быть сведены к минимуму за счёт потери важных компонентов собственной идентичности. Такое ощущение накапливается постепенно и может привести к глубокому личностному кризису, особенно, когда это совпадает с возрастными кризисами, что лишь усугубляет его остроту. Модель успешности, которая представлялась «правильной» и единственно возможной, больше не приносит удовлетворения человеку в организационной среде, не достигается априорно желаемое «счастье» – культурный концепт, в данном случае тесно связанный с понятием «успех». Отсюда возникает потребность в поиске альтернативных стратегий поведения и ценностных приоритетов, способных предоставить индивиду самоощущение успешного и вместе с тем счастливого человека. Значимость «успеха» и его целесообразность при этом сохраняется, но изменяется смысловое наполнение, возникают альтернативы упорному труду прагматического характера западного образца, связанного с этикой протестантизма.

Концепция М. Вебера [Weber, 1978] в своё время связала мотивационные этические ценности с экономическим ростом и культурно-историческим своеобразием цивилизации в проблеме «хозяйственной этики». Новые концепции трансформационного развития предлагают уже не одномерную, а многомерную модель экономического развития и хозяйственной культуры. В наше время возросла роль ценностно-мотивационных факторов экономической деятельности и всей системы общественного разделения труда, в том числе и на уровне отдельных организаций. Необходимость эффективного управления хозяйственной культурой требует изменения и организационных структур, и культурной составляющей. Взаимопроникновение хозяйственных культур Востока и Запада позволили заложить интегративную социокультурную основу современной организации, которая способствует экономическому развитию общества в целом. Современная организация как хозяйственная единица является носителем инновационно-предпринимательского направления развития. Её руководитель или менеджер должны быть способны к проявлению социально значимого поведения в различных ситуациях, к нововведениям, несмотря на обычное им противодействие со стороны членов организации. Современные руководители или менеджеры сначала формируют в ней трансформационные или инновационные тенденции, а потом их реализуют самой своей деятельностью. А члены организации являются объектом воздействия со

стороны заинтересованных в экономическом росте и развитии руководителей и менеджеров, на них направлено стимулирование ценностных и мотивационных побуждений к труду, а также социального участия в делах организации.

Человеческий ресурс организации до последнего времени рассматривался как человеческий капитал, поскольку конкурентные преимущества экономики и возможности её модернизационного, инновационного развития в значительной степени им определяются. Этот капитал составляют именно люди с их образованием, квалификацией и опытом, которые определяют границы и возможности технологической, экономической и социальной модернизации общества. Но само понятие капитала в экономике всегда имело вещественный смысл, поскольку материальная совокупность, к которой прикладывается человеческий труд, увеличивает объём продукции, приносит денежный доход и увеличивает вещественные накопления в их традиционном представлении – в богатстве. Это происходит в реальном и наблюдаемом времени. Однако увеличение потенциальных возможностей современной экономики производить товары и услуги сдвигает основные события из реального в номинальный сектор, в котором накапливается невещественное богатство, трансформирующее потенциальный выпуск в фактический. Экономика становится более денежной, а капитал в денежной форме выступает посредником между прошлым и будущим состоянием – богатством. Эффективность такой экономики во многом зависит от нематериальных ресурсов, к которым относятся и человеческие знания, и сами люди – носители знаний и необходимой информации, «человеческий капитал» с высокой долей профессиональной и интеллектуальной собственности.

Эффективное воспроизводство человеческого потенциала или ресурса – необходимый элемент экономической стратегии любого общества, но следует отметить, что, как правило, в богатых природными ресурсами странах, таких как Россия, понятие эффективности в целом, как уровня соответствия результатов какой-либо деятельности поставленным задачам, рассматривается лишь с экономической точки зрения. Обычно оценивается экономическая эффективность каких-либо организационных институциональных единиц или принимаемых государственных мер, выраженная в количественных показателях. Но сегодня меняются приоритеты в экономической и социальной политике. Если в краткосрочной перспективе социальные цели, эффективность, потребление и накопление находятся в определённом противоречии, то с позиций долгосрочной стратегии расходы на социальное развитие рассматриваются как высокоэффективные вложения в человеческий капитал или потенциал, являющийся одним из ведущих факторов роста производства. Тогда эффективность производственной единицы – организации тоже должна определяться не только как экономическая, но и как социальная, что требует использования не только количественных, но и качественных показателей. Речь идёт о том, какие последствия для людей, качества их жизни и деятельности имеют либо конкретные организационные решения, принимаемые руководством или менеджментом, либо адресованные им социальные программы и проекты. Такими качественными показателями социальной эффективности являются значимость (необходимость), полезность и привлекательность. Для членов организации её социальная

эффективность дополняется оценочным содержанием реальных отношений между участниками, которые осуществляются в соответствии с критериями прагматической важности, социальной значимости и этического достоинства. А для самой организации оценка социальной эффективности членов организации может стать показательным обобщённым критерием качества их текущей деятельности наряду с количественным экономическим. Сегодня под действием внутренних или внешних факторов динамические связи в системе социальных взаимодействий и коммуникаций (социокультурных отношений), оказываются нарушенными, а механизмы их восстановления работают со значительными затруднениями. Жёстко структурированная система формальных отношений становится мало соответствующей неопределённости проблемной ситуации, её место постепенно занимает набор сценариев взаимодействий и отношений (а нередко и перформансов), в которых могут участвовать все члены организации. Рефлексивные, конструктивные, позитивно ориентированные сценарии помогают выживанию современной организации, поскольку обеспечивают внутреннюю подвижность. Они используются членами современной организации не как фиксированные завершённые формы взаимодействий, а как гибкие схемы реакций на меняющиеся ситуации, включающие не только функциональные, но и межличностные аспекты. Изменение в ориентации организационного опыта происходит от абстрактной логики, фокуса на фактах и количественных оценках практики отношений людей в организации к более символичному, экспрессивному стилю отношений, ориентированному на эмоциональную и качественную оценку организационных дел. Это порождает в культуре организации реалистичное видение фактов: их многомерность и возможность различной интерпретации в зависимости от определения ситуации. Такая позиция закрепляется в акцентировании субъективных ценностей, которые включают и заботу о сохранении позитивных конструктивных отношений как основы личностного благополучия. Очевидно, что такая позитивная и конструктивная ориентация в отношении к окружению может быть целенаправленно и поэтапно освоена и развита членами организации, как через непосредственный опыт интеракции, так и формальный тренинг. В результате позитивное и конструктивное отношение людей к организационному окружению способствует формированию культурной среды с такими же характеристиками. Следует подчеркнуть, что концепция позитивных конструктивных социокультурных отношений в современной организации полностью соответствует и может стать базовой для формирования социальной эффективности организации для её членов и членов организации для неё самой.

Следует учитывать, что скорость изменений корпоративной культуры выше, чем внутриорганизационной, основой которой являются обыденные культурные представления, поскольку человек оперирует универсальными категориями и большими объёмами информации, его действия методически обоснованы, экспериментально проверяемы и функционально целесообразны. Межличностные и социальные связи в корпоративной культуре имеют социально-функциональное содержание, не зависят от взаимных оценок объединяемых ими людей и не предполагают эмоциональной личностной вовлеченности в соответствующие отношения. Рабочее место в организационной структуре связано, в первую очередь, для выполнения социально значимых функций, в процессе профессиональной

деятельности у работников возникают функциональные связи или контакты. Учитывая всё это, можно предположить, что стили трансляции внутриорганизационной и корпоративной культуры организации зависят, в первую очередь, от характера ситуации. Например, рутинным ситуациям функционирования организации соответствуют привычные нормативные (бюрократические) или семейные стили трансляции культуры, когда стиль управления может совпадать со стилем трансляции культуры, поскольку властная позиция (полномочия принятия решений и распределения ресурсов) и реальная власть совпадают и как роль, и как функция. Такие стили эффективны в условиях стабильной и узконаправленной работы в соответствии с установленными нормами и правилами, не требующей проявления индивидуальной инициативы. Это подтверждается теорией В. Оучи [Ouchi, 1981], которая появилась в связи с расширением корпоративной деятельности в мировом масштабе, когда японские технологии управления с коллективной ответственностью стали сочетаться с западным индивидуализмом.

Проблемная ситуация, отражающая процессы современных трансформаций в обществе, характеризуется многомерностью функциональных связей, которые включают не только привычные механистические линейные связи между членами организации, но и межличностные отношения. Использование антропологических, а не только технократических оснований формирования культуры организации позволяют решать проблемную ситуацию в процессе профессионального функционирования индивида или группы людей, с одновременными структурными изменениями методами проб и ошибок, заимствованием новых образцов, целенаправленным проектированием. В процессе преодоления проблемной ситуации на групповом уровне действия и взаимодействия индивидов становятся разно-ориентированными, а их интерпретации проблемной ситуации разнородными. Поскольку решение проблемы не может быть мгновенным и предполагает определённые затраты ресурсов и времени, конструктивная динамика организации зависит от рациональности решений и соответствующих действий её членов. Стремление преодолеть состояние неопределённости, ослабить напряжение, связанное с проблемой, становится для руководителя – лидера движущей силой для более эффективной организации социального взаимодействия. Подобные условия оказываются наиболее благоприятными для перехода от случайных проб и ошибок к целенаправленному и рациональному решению проблем, организации социального взаимодействия членов организации, направленного на выработку и реализацию этого решения.

Кратко определим социокультурные стереотипы поведения и ценностные представления, посредством которых люди мотивируют и оправдывают свою позицию в отношении к переменам в организации (чаще всего побуждения, обуславливающие социальные действия людей, не совпадают с последующей их рационализацией). Э. А. Орловой [Орлова, 2001] были выделены идеальные типы реагирования социальных групп в соответствии с качественными характеристиками социального поведения их членов: активное участие, активное или пассивное сопротивление, неучастие. При этом были также определены следующие типы ориентаций (реакций) индивида на инновационные процессы: консервативная (модальности: активная, конструктивная, пассивная), разрушительная (модальности: активная, пассивная) и

инновационная (модальности: конструктивная и утопическая). Следует подчеркнуть, что и групповые типы реагирования соответствуют этой типологии. Тогда на идеально-типическом уровне можно определить наиболее распространённые современные типы культур организации, формирующиеся в зависимости от стиля или характера управления.

Устойчивая иерархическая (бюрократическая) культура может сформироваться в организации с авторитарным стилем управления, её носители–трансляторы придерживаются традиционных принципов подчиненности установленным ранее нормам, порядкам и правилам функционирования организации даже в условиях постоянных трансформаций внешней среды и выведения системы отношений из равновесия. А члены организации, очевидно, пассивно придерживаются ценностных ориентаций на мифологизированные образы прошлого и готовы возложить задачу их социальной защиты на руководителя организации. Стиль трансляции такой культуры можно определить как нормативный.

Клановая (или семейная) корпоративная культура также может быть сформирована в организации с авторитарным стилем управления, но её трансляторы, скорее всего, будут сторонниками конструктивного консерватизма, придерживаясь, с одной стороны, фундаментальных основ традиционализма (социальная иерархия, стабильность, простота и ясность жизненного мира), с другой – интегрируя новые элементы культуры, способствующие социальной безопасности, но не требующие значительных усилий при освоении. Сами члены такой организации являются сторонниками пассивной консервативной ориентации, не желают ничего менять в своей жизни и отдаются на волю обстоятельств. Стиль наследования такой культуры по аналогии можно назвать семейным.

Рыночная корпоративная культура должна формироваться в организации с общим авторитарным стилем управления, допускающим принципы демократизма в подразделениях или отделах, необходимых для активизации личного участия сотрудников в решении общих задач организации. Трансляторами такой культуры могут быть и представители руководства, и менеджеры среднего звена. И те, и другие будут придерживаться конструктивной инновационной ориентации, которая направлена на освоение новых знаний, навыков, образцов деятельности и социальных отношений, разработку новых направлений. Стиль транслирования такой корпоративной культуры будет зависеть и от ситуации, и от её носителя.

Адхократическая корпоративная культура может быть сформирована в организации, ориентированной на позитивный конструктивный тип управления, направленный на освоение инновационных навыков и интеграцию их с уже имеющимися нормами и нормативами, а также социальное участие сотрудников в решении необходимых инновационных задач. Это позволяет образовать «критическую массу» поддержки эффективных групповых изменений и снять напряжение сопротивления тех членов коллектива, тип реагирования которых связан либо с активным, либо пассивным сопротивлением процессам организационных изменений [Урмина, 2003]. Если такая корпоративная культура уже сформирована, то и её носителю – коллективу, и транслятору – руководителю или руководящей структуре должна соответствовать конструктивная инновационная ориентация. Такой стиль можно охарактеризовать как сценирование или социодраму.

В заключение следует подчеркнуть, что предложенное выделение ведущих стилей носит идеально-типический характер, в реальности сложившаяся ситуация может потребовать использования как разных типов управления, так и культурных стилей.

Список литературы

Дюркгейм Э. Социология. Её предмет, метод, предназначение / Э. Дюркгейм ; Пер. с фр., составление, послесловие и примечания А. Б. Гофмана. М. : Канон, 1995. 352 с.

Маслоу А. Г. Мотивация и личность / Г. А. Маслоу. СПб. : Евразия, 1999. 478 с.

Орлова Э. А. Социокультурные проблемы и формы их решения. Парадигмы социального взаимодействия / Э. А. Орлова. М. : Гос. НИИ семьи и воспитания, 2001. 126 с.

Слотердайт П. Критика цинического разума / Пер. с нем. А. Перцева ; испр. изд–е. Екатеринбург : У–Фактория ; М. : АСТ МОСКВА, 2009. 800 с.

Урмина И. А. Лидерство в проблемных ситуациях: теоретико-культурный анализ: дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / Урмина Ирина Александровна ; науч. рук. Э. А. Орлова ; Государственная академия славянской культуры. М., 2003. 144 с.

Урмина И. А. Социокультурная экология: роль культурно-исторического наследия / И. А. Урмина // Качество и жизнь. 2017. № 2 (14). С. 55–58.

Bion W. R. Experiences in Groups and other papers. London, UK : Tavistock Routledge. 1991. 194 p.

Giddens A. Central Problems in Social Theory: Action, Structure, and Contradiction in Social Theory. L. : Macmillan Press. 1979. 294 p.

Ouchi W. G. Theory Z: how American business can meet the Japanese challenge. Reading, Mass., USA : Addison–Wesley Publishing Co., 1981. 283 p.

Weber M. Economy and society: An outline of interpretive sociology. Berkeley, (2 vols). Berkeley, CA, USA : University of California Press, 1978. 1469 p.



Харченко Владимир Сергеевич
Институт социально-политических исследований
ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия.
arnorking@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация. Статья посвящена проблемам реализации устойчивого развития в Российской Федерации. Представляются результаты социологического исследования, связанные с текущим социально-экономическим положением в стране. Делается вывод о потребности отечественного общества в социальной справедливости и широкой поддержке возможных мер по повышению её уровня.

Ключевые слова: устойчивое развитие, социологическое исследование, социально-экономическое положение, социальная справедливость

Kharchenko Vladimir S.
Institute of Socio-Political Research
of FCTAS RAS,
Moscow, Russia.
arnorking@mail.ru

PROBLEMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IMPLEMENTATION

Abstract. The article is devoted to the problems of sustainable development implementation in the Russian Federation. The results of the sociological research devoted to the domestic socio-economic situation are presented. The article concludes that the modern Russian society needs social justice, and there is broad popular support for possible measures to improve its level.

Keywords: sustainable developmen, sociological research, socio-economic situation, social justice

Краеугольным камнем концепции устойчивого развития является аксиома о том, что будущие поколения должны обладать не меньшими правами на природные ресурсы, чем ныне существующие. Для реализации концепции нужно как осознание обществом важности данной концепции, так и наличие необходимых институтов и инструментов для её продвижения [Our Common Future 1987, Повестка дня на 21 век 1993]. Целый ряд авторитетных в экологической сфере средств массовой информации, среди которых «Природно-ресурсные ведомости», «Использование и охрана природных ресурсов в России», регулярно обсуждают в своих статьях проблемы реализации устойчивого развития. Этим проблемам уделяется пристальное внимание Правительства РФ; так, 16 декабря 2021 г. Постановлением Правительства РФ № 2314 утверждены «Правила размещения общедоступной информации о состоянии окружающей среды». Этой проблематике была посвящена отдельная секция на 25-м Петербургском международном экономическом форуме: «Устойчивое развитие для будущих поколений: на пути к достижению целей».

Реализация концепции устойчивого развития в современном российском обществе происходит через социальные коммуникации, как вертикальные – между обществом и различными уровнями структуры власти, так и горизонтальные – между различными общественными организациями, способствующими достижению целей устойчивого развития и сохранению природных ресурсов для будущих поколений.

Однако заботиться о сохранении природных ресурсов для будущих поколений будет лишь тот человек, который понимает ценность данных ресурсов для себя и общества и ощущает вокруг себя атмосферу социальной справедливости. Напротив, человек, поставленный в рамки вынужденного выживания и активной борьбы за ресурсы, будет беспокоиться лишь о том, чтобы хотя бы небольшая часть ограниченных ресурсов досталась именно ему. Такой человек в собственных попытках вытащить себя из создавшегося положения не будет считаться с ущербом, который он может нанести окружающей среде своим действием или бездействием, и думать о сохранении ресурсов для последующих поколений. Следовательно, можно сделать вывод о том, что уровень жизни, справедливое распределение ресурсов и наличие равных возможностей, являются важными мерами социальной справедливости, которые достигаются через социальные коммуникации и напрямую влияют на возможность реализации концепции устойчивого развития как внутри отдельной страны, так и в мире в целом.

Этот факт подтверждается различием отношения к окружающей среде между странами с высоким уровнем жизни и социального равенства и беднейшими и наиболее социально разбалансированными странами. Следовательно, для продвижения концепции устойчивого развития и активного вовлечения в неё социума первоочередной задачей становится улучшение социально-экономического положения в стране, повышение уровня стабильности и социальной справедливости.

Несмотря на определённые сдвиги в сторону устойчивого развития в конце 2000-х по сравнению с серединой 90-х, в нашей стране всё ещё сохраняется большое количество социально-экономических проблем, затрудняющих социальные коммуникации и препятствующих вовлечённости общества в концепцию устойчивого развития. Пандемия коронавируса и санкционная война ещё сильнее ударили по уровню жизни населения и экономической стабильности, ещё больше обострив борьбу за ресурсы и создав серьёзное различие в уровне жизни между людьми, приспособившимися к новым реалиям, и людьми, у которых для этого не оказалось нужных возможностей.

Данный факт подтверждают результаты социологического исследования на тему *«Россияне о перспективах»*, организованного летом 2022 года сотрудниками ИСПИ ФНИСЦ РАН. В рамках данного исследования было опрошено 2054 респондентов в Центральном и Северо-западном федеральных округах. Исследование коснулось более чем 30 насущных вопросов и позволило оценить общественное мнение по ряду актуальных проблем.

Результаты исследования показали, что более половины респондентов считают социально-экономическое положение в стране неблагоприятным или даже кризисным. При этом оценки социально-экономического положения сильно уступают в оптимизме оценкам других позиций (см. рис. 1).

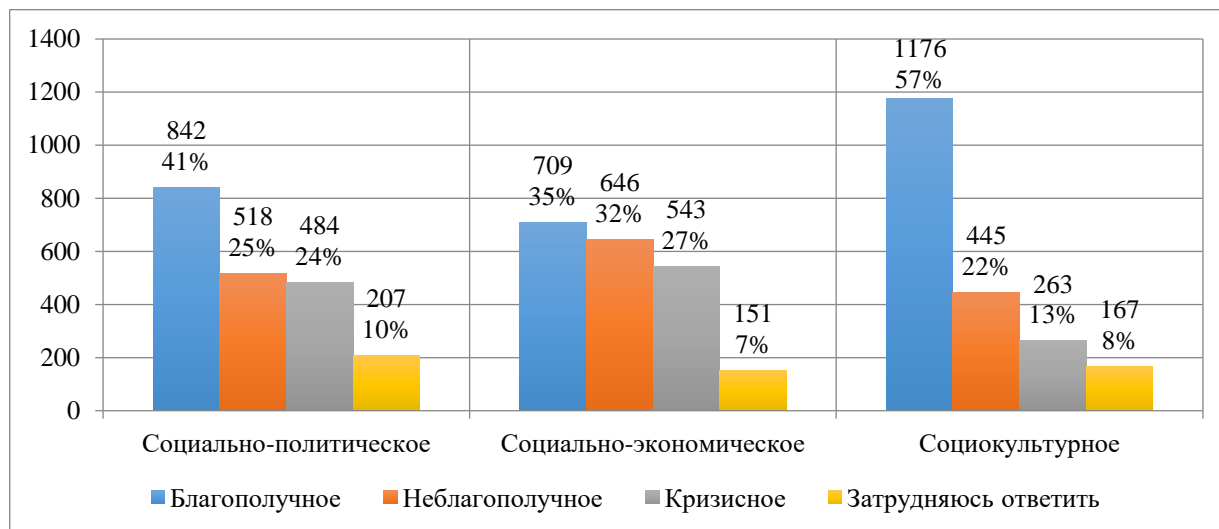


Рис. 1. Оценки положения в стране (лето 2022 г.)

Самооценка уровня доходов респондентов, полученная на основе результатов данного исследования, также подтверждает серьёзные социально-экономические проблемы в стране. На основании рисунка 2 можно сделать неутешительный вывод о том, что более 50% опрошенного населения с трудом находит средства для удовлетворения хотя бы базовых потребностей. И это несмотря на тот факт, что за последние несколько лет состояние наиболее обеспеченных людей РФ продолжает расти значительными темпами. По данным Forbes, за время пандемии благосостояние российских миллиардеров выросло на 62 млрд \$ [Ляликова 2022].

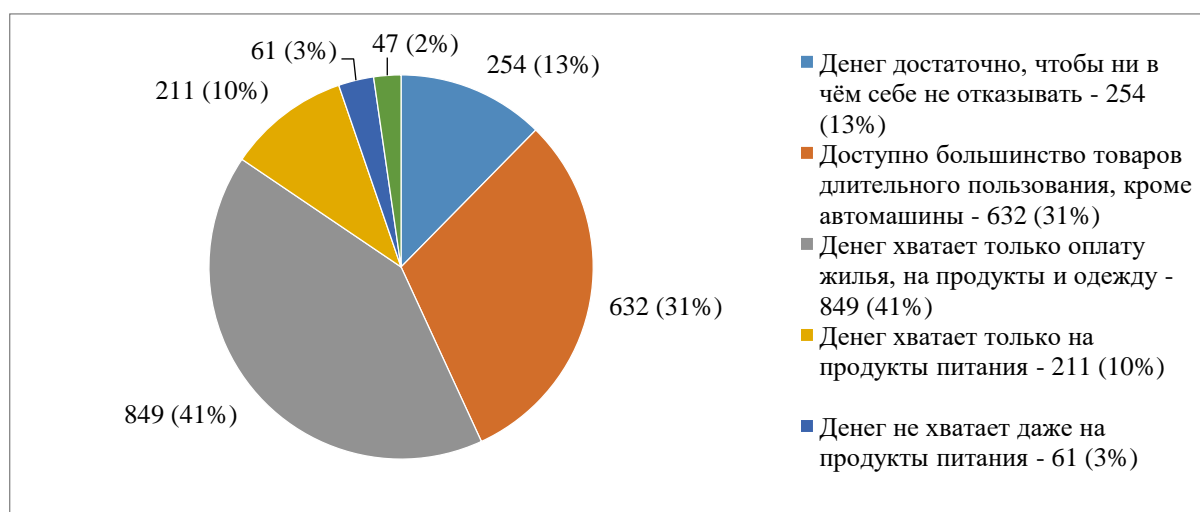


Рис. 2. Самооценка уровня доходов

При такой разнице в доходах между самими богатыми и большинством населения сложно говорить о социальной справедливости и становится ещё сложнее привлечь значительное внимание общественности к проблеме устойчивого развития. Повышение уровня социальной справедливости должно стать основной задачей в рамках реализации концепции устойчивого развития. Однако для выполнения такой задачи властям страны требуется значительная *общественная поддержка*, поскольку без массового общественного одобрения мер по повышению социальной справедливости возможен саботаж реформ группой влиятельных представителей «наиболее богатого 1%» населения. Общественное одобрение реформ позволит снизить негативное влияние оппортунистического поведения недовольной части элиты.

На основании результатов вышеупомянутого социологического опроса можно сделать вывод о том, что не менее трети населения нашей страны считают идею социальной справедливости наиболее важной среди всех других (см. рис. 3).

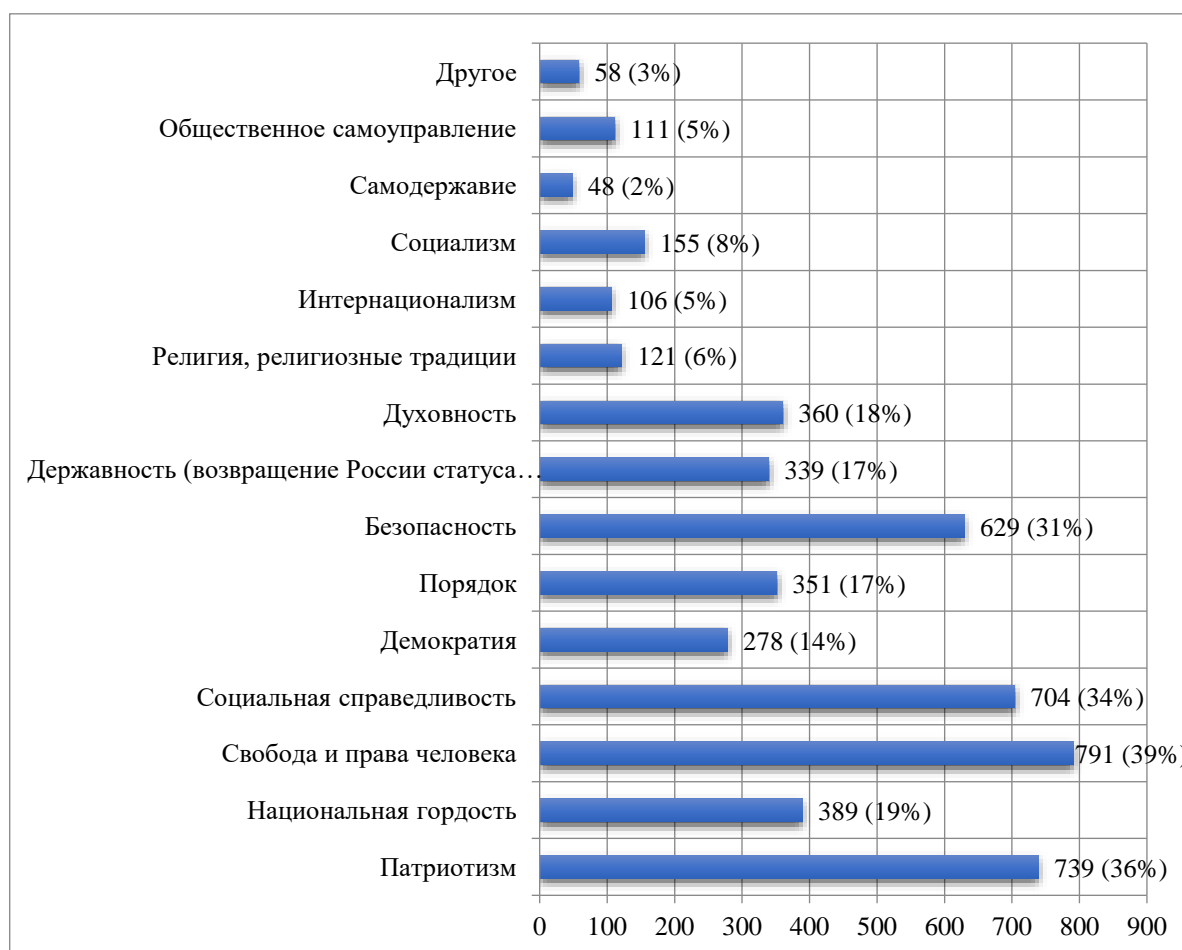


Рис. 3. Наиболее значимые идеи и ценности

Существуют различные способы повышения уровня социальной справедливости в стране. Одним из апробированных вариантов решения является введение прогрессивной шкалы налогообложения, которая позволяет снизить налоговую нагрузку наиболее незащищённых слоёв населения одновременно с

пропорциональным повышением налоговой нагрузки слоёв общества, заметно опережающих большинство населения уровнем жизни.

Для реализации подобной налоговой реформы требуется *общественное обсуждение* и уверенность в поддержке данной меры широкими слоями населения. На основе результатов проведённого социологического опроса можно сделать вывод о том, что подавляющее большинство населения нашей страны поддерживают идею введения прогрессивного налогообложения, а количество противящихся подобной реформе чуть превышает четверть (см. рис. 4).

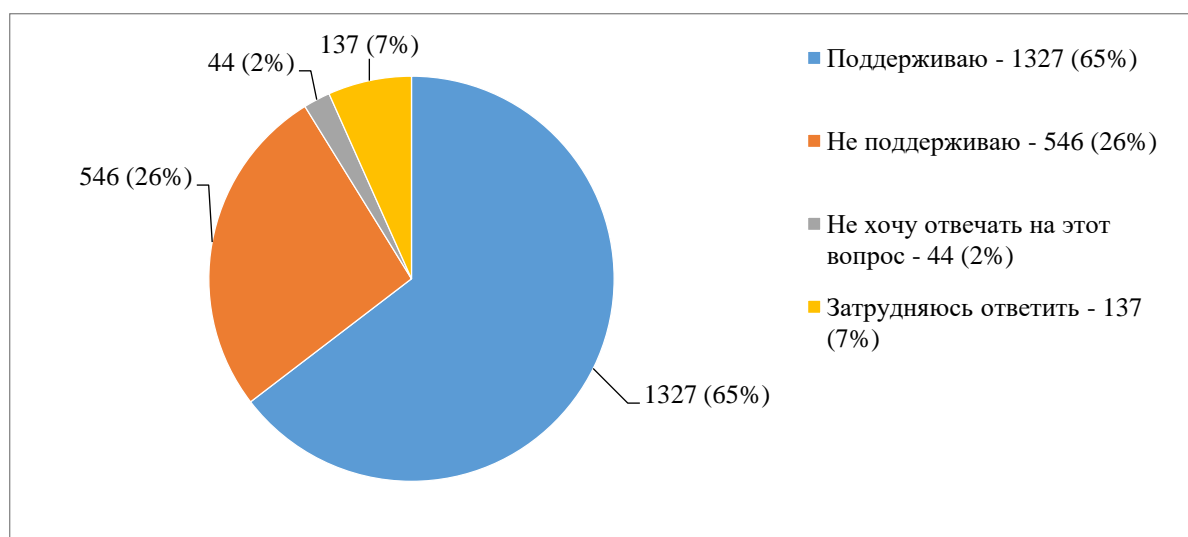


Рис. 4. Отношение к предложению о введении прогрессивной шкалы налогообложения

Таким образом, в настоящий момент перед страной стоят задачи не только стабилизации социально-экономического положения, но и внедрения ряда мер, способных эффективно решить задачу увеличения уровня жизни и повышения уровня социальной справедливости через усиление и расширение социальных коммуникаций. Для оправдания необходимости реформ и подтверждения общественной поддержки могут использоваться результаты социологических исследований, проведённых на территории страны.

Список литературы

Ляликова А. Российские миллиардеры разбогатели за время пандемии на \$62 млрд // Forbes : [сайт]. 26 мая 2020. URL: <https://www.forbes.ru/milliardery/401395-rossiyskie-milliardery-razbogateli-za-vremya-pandemii-na-62-mlrd?ysclid=l849bziu9f456040998> (дата обращения: 18.09.2022)

Повестка дня на 21 век. Встреча на высшем уровне «Планета Земля». Программа действий / Сост. М. Китинг ; Центр «За наше общее будущее». Женева : Центр «За наше общее будущее», 1993. 70 с.

Our Common Future. World Commission on Environment and Development. Oxford : Oxford University Press, 1987. 400 p.

EDN: TQOYOX



Яковенко Наталия Владимировна
Воронежский государственный лесотехнический
университет имени Г. Ф. Морозова,
Воронеж, Россия.
n.v.yakovenko71@gmail.com

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация. На современном этапе развития информационного общества актуализируется проблема экологической коммуникации, которая охватывает не только природоохранную деятельность, а касается и всех сфер жизнедеятельности человечества. Приоритетным заданием современных гуманитарных наук стало урегулирование коммуникативного взаимодействия и обеспечение экологичности общения. Особенно приобретает острота проблемы экологической коммуникации в условиях роста неопределённости перспектив взаимодействия человека и природы (изменения климата, стихийных бедствий, эпидемий и тому подобное). В работе раскрыты основные подходы к экологической коммуникации и её роли в современном обществе в контексте устойчивого развития.

Ключевые слова: устойчивое развитие, экологическая коммуникация, информационное общество

Yakovenko Nataliya V.
Voronezh State University Forestry and Technologies
named after G. F. Morozov,
Voronezh, Russia.
n.v.yakovenko71@gmail.com

THE ECOLOGICAL COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Abstract. At the present stage of the information society development, the issue of ecological communication is being actualized. It covers not only environmental protection activities, but also concerns all spheres of human activity. The regulation of communicative interaction and ensuring environmental friendliness of communication have become the priority tasks of modern humanities.

The issue of environmental communication is particularly acute in the face of growing uncertainty about the prospects for interaction between man and nature (climate change, natural disasters, epidemics, etc.). The article reveals the main approaches to ecological communication and its role in modern society in the context of sustainable development.

Keywords: sustainable development, ecological communication, information society

Процесс развития науки и техники обогатился информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ). Как следствие, цифровая коммуникация начала развиваться в науке, образовании, промышленности, экономике, медицинском и военном деле именно под влиянием ИКТ. Формирование глобальной системы обмена информацией и межчеловеческой коммуникации осуществлялось путём интеграции мировых знаний, которые накапливались веками, и в разных странах это делалось по-разному. За последние тридцать лет информационно-коммуникационные сети и системы радикально изменили представление об информационно-коммуникационной

деятельности, существенно расширили мир, а интернационализация и унификация стандартов сформировались в результате цифровизации информационно-коммуникационного пространства. Мировое сообщество ставит сложные вопросы о проведении соответствующей информационно-коммуникационной политики с целью адаптации своих граждан к условиям жизни в новом информационно-коммуникационном пространстве, формируя новое видение прав и обязанностей человека по удовлетворению информационно-коммуникационных потребностей в обществе и, таким образом, готовит своих граждан к жизни в новых реалиях мира, жизнедеятельность которого основана на использовании информации в качестве главного ресурса развития.

Среди современных тенденций устойчивого развития наиболее важным является тот факт, что учёт его требований оказывает большое влияние как на экономический рост (увеличение масштабов экономики), так и на экономическое развитие (переход экономики в качественно новое и улучшенное состояние). В то же время, если рассмотрение его требований находится в определённом противоречии с экономическим ростом, то с экономическим развитием это находится в полном взаимном согласии. Устойчивое развитие не подразумевает какого-либо ограничения экономического развития, но подразумевает определённое ограничение экономического роста, и компенсация этого ограничения происходит именно за счёт экономического развития. В результате экономического роста становится возможным достижение устойчивого развития. Устойчивое развитие требует соответствия темпов экономического роста законам природы, но не за счёт снижения степени удовлетворения постоянно растущих потребностей общества, а на основе улучшения качественных показателей в контексте повышения благосостояния населения. В конечном счёте, термин «экономический рост» может быть заменён термином «рост благосостояния населения», измерительными показателями которого в основном будут показатели, отражающие качественные изменения.

Требования устойчивого развития определяют изменения в перераспределении ресурсов и размещении производственных мощностей, в структуре экономики, физическом и человеческом капитале, качестве продукции и т. д. Достаточно большая часть ресурсов расходуется на обеспечение мер по охране природы, и размещение производственных мощностей будет предпочтительнее там, где оптимально будут обеспечены требования рационального использования ресурсов и защиты окружающей среды. Для решения экологических проблем возникают соответствующие отрасли, которые вызывают значительные структурные изменения в экономике. Одна из основных тенденций устойчивого развития заключается в том, что, несмотря на возрастающую интенсивность природоохранных мероприятий, не всегда возможно полностью устранить негативное воздействие на окружающую среду при современном уровне развития технологий. Поэтому растущие масштабы экономики и развитие новых технологий по-прежнему приводят к увеличению масштабов негативного воздействия на окружающую среду. Однако невозможно, чтобы из-за этого человечество прекратило производственные процессы. Таким образом, производя материальные блага, общество всегда идёт на определённые уступки в области мер по охране окружающей среды. В связи с этим возникает потребность в фундаментальных исследованиях характера экономических отношений в условиях

глобализации, а соответственно возникает вопрос устойчивого развития и роли социальных коммуникаций в нём.

Понятие communication (от лат. communicare – делать общим, связывать) в современных исследованиях представлено в нескольких значениях: 1) как сам процесс передачи сообщений; 2) как общение, передача информации от одного субъекта к другому, главным образом с помощью языка; 3) как средство или канал связи (в смысле технического, информационного аспекта взаимодействия).

Из этой характеристики следует, что концепт коммуникации может иметь следующие уровни толкования: 1) универсальное (предельно широкое) значение понятия коммуникации, под которым понимается «способ связи любых объектов материального и духовного миров»; 2) социальное значение понятия коммуникации как «акта или процесса установления значений, сопровождающее все социальные ситуации, происходит в форме передачи или обмена информацией, осуществляется социальными субъектами, которые представляют собой системы, способные к «рефлексии»; 3) техническое значение понятия коммуникации, используемое для обозначений процесса направленного на передачу информации от одного объекта к другому с помощью определённых технических средств коммуникации (также иногда используют биологическое значение понятия коммуникации как процесса передачи информации между биологическими системами) [Shannon, 1948: 628].

Социальные коммуникации формируют особое социокommunikативное пространство для передачи сообщений в пространстве и времени. Это своего рода диалог, позволяющий людям понять ключевые факторы их физического, социального, экономического и политического окружения и их взаимозависимость, чтобы можно было компетентно решать возникающие проблемы. Коммуникация по определению включает в себя обратную связь. Информация этого не делает. Следовательно, коммуникация является связующим звеном между распространением информации и планированием действий.

В исследованиях по вопросам развития общества в последнее время чётко сказались два разных подхода по достижению состояния устойчивого развития и его поддержки, а именно: «устойчивое развитие должно начинаться и поддерживаться на уровне территориальной общины; глобальное постоянство определяется совокупностью показателей устойчивого развития общин мира; обеспечение устойчивого развития осуществляется по вертикали, что начинается с населённого пункта и достигает глобального (мирового) уровня» [Яковенко, 2010: 120]. На региональном уровне концепция конкретизируется по трём направлениям: «экономическому, экологическому и социальному, а «...стратегия устойчивого развития любой территории базируется на следующих концепциях и теориях: концепция устойчивого развития; концепция экономической безопасности; теория кластеризации экономики; пространственно-территориальная теория; теория конвергентно-дивергентного развития территории; теория выбора сценариев развития; теория системной динамики» [Яковенко, 2013: 15].

Главными задачами и основными требованиями устойчивого развития, как было отмечено на Йоханнесбургском саммите в 2002 году, являются: искоренение бедности, нищеты, изменение неустойчивых моделей производства и потребления, охрана и

рациональное использование природно-ресурсной базы экономического и социального развития [Йоханнесбургский саммит, 2002; Axelrod, 1984: 9]. Согласно документу, принятому в Риме в 2006 году, основными задачами в области коммуникации и устойчивого развития можно обозначить следующие:

«...(1) Благое управление, прозрачность, подотчётность и коммуникация в целях развития идут рука об руку.

(2) Концепции участия в контексте коммуникации в целях развития могут быть сложными и вызывающими. Сообщества состоят из изменчивых интересов и меняющихся отношений.

(3) Участие может осуществляться на разных уровнях: (а) принятие решений, (б) выгоды, (с) оценка и (d) внедрение.

(4) Важно укреплять независимые и плюралистические средства массовой информации для содействия надлежащему управлению и прозрачности.

(5) Коммуникация в целях развития не в полной мере использовала потенциал радио, которое в некоторых регионах могло бы стать наиболее эффективным инструментом участия.

(6) Политика и ресурсы – коммуникация в интересах инициатив в области развития должна надлежащим образом обеспечиваться согласованными действиями, адекватной политикой и ресурсами.

(7) Национальным правительствам следует создать правовую и вспомогательную основу, благоприятствующую праву на свободное выражение мнений и появлению свободных и плюралистических информационных систем, включая признание особой и решающей роли средства массовой информации сообщества в обеспечении доступа к общению для изолированных и маргинализированных групп.

(8) Создание альянсов: существует необходимость в эффективных связях, которые дают право голоса беднейшим слоям населения и позволяют им участвовать в разработке политики и влиять на принятие решений по устойчивому развитию.

(9) Необходимы новые глобальные партнёрские отношения со средствами массовой информации, агентствами по развитию, университетами и правительствами. Важно определить возможности для сближения и дополнения существующей работы, а также координировать и документировать такую работу через действительно независимый научный орган» [Servaes, 2003:2 10].

Коммуникация для устойчивого развития и социальных изменений не является изолированным процессом. Она встроена в различные контексты, которые сильно влияют на то, к какому развитию и изменению можно стремиться. Любая коммуникация, в целом, служит жизненно важным инструментом для действий. То же самое верно и для экологических коммуникаций. Коммуникация используется для обозначения определённых действий. Например, люди общаются для того чтобы просвещать, воспитывать, предупреждать и убеждать других. В том же отношении коммуникация используется для организации, аргументации, исправления и ведения переговоров друг с другом.

Что касается экологических коммуникаций, то это практический и жизненно важный инструмент для действий. Как таковой, он требует очень тщательного изучения. Например, если вы используете экологические коммуникации для

продвижения политики, повышения осведомлённости, изменения поведения, убеждения общественности, принятия законодательства или разрешения конфликтов, то способ, которым вы общаетесь, окажет прямое влияние на ваш конкретный результат. Другими словами, эффективная коммуникация необходима, если вы хотите достичь своей цели. Несмотря на предпринятые усилия для решения экологических проблем, таких как усовершенствованная политика, более чистые источники энергии, более передовые технологии, налоги на выбросы углерода и тому подобное, этого явно недостаточно. Для того чтобы в полной мере достичь долгосрочной устойчивости, общество тоже должно измениться. Это потребует значительных изменений в отношении взглядов и ценностей, которых мы придерживаемся в отношении окружающей среды, самих себя и других людей. Таким образом, от того, насколько эффективно мы «сообщаем» о вопросах, связанных с природой и делами, влияющими на окружающую среду, зависит, насколько быстро и эффективно мы сможем изменить наши действия и, в конечном счёте, насколько эффективно мы справляемся с кризисами, влияющими на природу и людей.

Коммуникационные стратегии и методологии, которые в настоящее время используются в области интервенций в области устойчивого развития, можно разделить на две методологические школы.

Первая школа занимает сильные позиции во многих кругах разработчиков. Коммуникационные кампании часто используются в этой школе для повышения чувствительности людей и влияния на отношение и поведение, особенно в секторе здравоохранения и/или в связи с проблемами окружающей среды. Общие методы маркетинга используются для продажи идей и повышения осведомлённости, расширения знаний и влияния на отношение. Социальные маркетологи часто используют различие между отправителем, сообщением и получателем, чтобы получить представление о ситуации общения. Хотя иногда и не используется в «классическом стиле», который предполагает прямые линейные эффекты, эта школа продолжает эту линию мышления и рассуждает с точки зрения убеждения целевых аудиторий изменить своё поведение [Shannon, 1948: 648]. Одна из целей состоит в том, чтобы изменения в целевых группах населения можно было измерить с помощью количественных методов и методов исследования. Развлекательное образование является широко используемой коммуникационной стратегией для достижения такого изменения поведения. Социальная (общинная) мобилизация идёт ещё дальше и направлена на то, чтобы мобилизовать людей на действия. Она отличается от маркетинга тем, что вовлекает сообщество, а не направлена исключительно на изменение индивидуального поведения. Она принимает во внимание социальный контекст при поиске распространения и общественной ответственности идей и инноваций. Вторая методологическая школа динамично строится практиками и учёными, работающими в различных секторах. Эта школа явно централизует нормативные концепции, рассмотренные выше. Учёные, работающие в этой школе, придают большое значение процессам участия, расширению прав и возможностей, справедливости и демократизации. Нельзя сказать, что первая школа полностью игнорирует эти понятия. Однако первая школа не берет эти процессы за отправную точку. Вместо этого учёные, работающие в этом направлении мысли, концентрируют

целенаправленное изменение поведения и отношения. Во второй школе существуют различные платформы и сообщества практиков, которые обсуждают разнообразные темы и производят различные виды продукции. В этом поле часто используется управление знаниями, обмен знаниями, а также совместное творчество в отношении роли знаний и взаимодействия в коммуникативных процессах. В этой области иногда предпочитают централизовать концепцию знаний, чтобы устранить часто существующий разрыв в знаниях между заинтересованными сторонами и связать вопросы руководства и управления в контексте экономики знаний [Kelly, 20212: 3; Luutimäki et al., 2013: 120]. Для устойчивого развития особую важность приобретает экологическая коммуникация. Экологическая коммуникация затрагивает все этапы взаимодействия людей с окружающей средой и является относительно новой дисциплиной в науке о коммуникации. Основная цель экологических коммуникаций заключается в выявлении и продвижении надлежащей практики. Несмотря на то, что в последние годы наблюдается огромный рост исследований и литературы, посвящённых экологической коммуникации, ещё многому предстоит научиться. Более того, необходимо проделать гораздо больше работы, чтобы определить наиболее эффективные методы.

Экологическая коммуникация на пересечении теории коммуникации и теории об окружающей среде может рассматриваться как система различных форм межличностного, группового, общественного, организационного и опосредованного общения, которое формирует социальную дискуссию об экологических проблемах, преимущественно «отношения человека /не человека», что составляет «экологический дискурс». Заметим, что в одной социальной экологической кампании может быть реализовано сразу несколько тактик. Ключевыми задачами стратегии в экологической сфере стоит признать: 1) формирование общего видения ((определить потребности и проблемы экологической коммуникации; общие цели, интересы в экологической сфере; как с помощью коммуникации способствовать достижению целей экологического развития общества); 2) проведение диагностики (систематизация имеющихся мероприятий, процессов, ресурсов и т. п); 3) определение фокуса приложения усилий; 4) отсечение лишнего (выявить, какие подходы и деятельность стоит изменить/прекратить); 5) организация работы в направлении достижения поставленных целей (планирование ресурсов и процессов); 6) определение критериев успешности (установка реалистичных ожидаемых результатов и разработка критериев оценки); 7) отладка обратной связи как цель взаимодействия (с привлечением общественности к процессу принятия решений); 8) усиление продвижения по решению проблемных вопросов в экологической сфере из вне и внутри общества.

В информационном обществе без налаживания эффективного коммуникационного процесса между всеми субъектами публичного управления в сфере экологии невозможно способствовать распространению экологической политики и экологической культуры в государстве. То есть, нельзя изменить одно состояние экологической сферы, не реформировав иное (процесс распространения экологической культуры и отношения между субъектами экологической политики). Поэтому очень важно внедрять сотрудничество по совместному решению экологических проблем на основе формирования коммуникационного взаимодействия между органами государственной власти, местного самоуправления, бизнес-

структурами, институтами гражданского общества, общественными лидерами и т. п. Поэтому коммуникационное взаимодействие является основой для распространения экологической культуры и выступает обязательным её элементом.

Заключение

Сфера коммуникаций для устойчивого развития и социальных изменений активна и динамична. Эта область созрела, обосновалась в субдисциплинах и нашла применение в различных областях развития общества. Экологизм начался с экологической коммуникации. Экологическая коммуникация – это применение коммуникационных подходов, принципов, стратегий и методов к управлению окружающей средой и её защите. Проще говоря, это процесс доставки-обмена экологической информацией, знаниями и даже мудростью. Она основана на общей теории систем и придерживается принципа, согласно которому целью человеческого общения является взаимное понимание. Экологическая коммуникация состоит из четырёх основных тем, которые обусловлены законам экологии Барри Коммонера [Commoner, 2020:315–320]: всё связано со всем остальным; всё должно куда-то деваться; природа знает лучше; не существует такого понятия, как бесплатный обед. В ней есть пять основных элементов: знание экологических законов; чувствительность к культурному измерению; способность эффективно взаимодействовать в сети; эффективность использования средств массовой информации для формирования социальной повестки дня; разрешение конфликтов, посредничество и арбитраж. Коммуникация в окружающей среде может принимать форму коммуникационных кампаний. С другой стороны, она может использовать местные или популярные средства массовой информации. Экологическая коммуникация определяется как оценка и практика того, как люди, общества и организации взаимодействуют с окружающей средой и оказывают на неё влияние. Она включает в себя различные взаимодействия, начиная от межличностных коммуникаций и заканчивая освещением в средствах массовой информации вопросов, связанных с окружающей средой. По сути, это относится к стратегиям и практикам, которые используются для управления окружающей средой и её защиты.

Дальнейшее развитие коммуникационного процесса в аспекте распространения экологической политики и экологической культуры среди общественности должно предусматривать не только разработку формальных правил распространения информации, но и создание основы и надлежащих условий такого распространения, использования современных инструментов координации этого процесса по расширению имеющегося потенциала.

Список литературы

Йоханнесбургский саммит 2002 г. Резолюция 2. План выполнения решений всемирной встречи на высшем уровне по устойчивому развитию: URL: https://www.un.org/russian/conferen/wssd/docs/plan_wssg.pdf (дата обращения: 04.09.2022)

Яковенко Н. В. Модель устойчивого развития и социально-экономический мониторинг города / Н В Яковенко // Проблемы региональной экологии. 2010. № 3. С. 118–126.

Яковенко Н. В. Депрессивные регионы России: методология, теория, практика / Н. В. Яковенко. Иваново : ГУП ИО «Ивановский издательский дом», 2013. 205 с.

Axelrod R. A. The evolution of cooperation. New York : Basic Books. 1984. DOI 10.1126/science.7466396.

Climate change communication by a research institute: Experiences, successes, and challenges from a North European perspective / J. Lyytimäki, N. A. Nygrén, U. Ala-Ketola et al. // Applied Environmental Education & Communication. 2013. Vol. 12, № 2. P. 118–129. DOI 10.1080/1533015X.2013.821869.

Commoner B. The Closing Circle: Nature, Man, and Technology (Paperback). New York : Published by Dover Publications Inc., 2020. 352 p. ISBN 9780486846248.

Kelly M. R. Climate change communication research here and now: A reflection on where we came from and where we are going // Applied Environmental Education & Communication. 2012. Vol. 11, № 3–4. P. 117–118. DOI 10.1080/1533015X.2012.777289.

Servaes J. Future Challenges for Communication for Sustainable Development and Social Change // Sustainable Development and Green Communication. London : Palgrave Macmillan, 2013. Pp. 209–217. DOI 10.1057/9781137329417_11.

Shannon C. A Mathematical theory of communication // Bell System Technical Journal. 1948. № 423. P. 623–656.

The background of the page features a collection of stylized, light blue silhouettes of people in various professional poses, such as standing, talking, and holding documents, set against a light, textured background. The silhouettes are arranged in a way that suggests a busy, collaborative environment.

МЕМЕРАНДУМ КОНФЕРЕНЦИИ

МЕМОРАНДУМ КОНФЕРЕНЦИИ
Российского общества социологов (РОС), ФНИСЦ РАН и Социологического
ф-та ГАУГН «СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ
РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ, 20 октября 2022 г.»

Участники Всероссийской научно-практической конференции «Социальная коммуникация в современном российском обществе» выражают благодарность Российскому обществу социологов (РОС), ФНИСЦ РАН и Социологическому ф-ту ГАУГН за организацию данной конференции.

Участники конференции констатируют, что на конференцию было принято 84 тезисов докладов, написанных 105 авторами, представлявшими 26 субъектов РФ и Беларусь.

Доклады показали заинтересованность участников конференции в оптимизации коммуникационных процессов в современной России в таких социально значимых сферах, как СМИ, медиа, социальное управление, экология, воспитание детей, досуг и т. д. Доклады показали также, что участников конференции волнуют вопросы, связанные с развитием возможностей социологической науки в изучении, понимании и прогнозировании социально значимых процессов, инициируемых коммуникационными взаимодействиями и интеракциями, а это практически все формы и способы общения людей, обществ, сообществ, групп, коллективов, стран, культур и т. д.

Основной задачей социологической науки о социальной коммуникации была обозначена задача утверждения и широкого распространения модели коммуникационных взаимодействий, ориентированных на устойчивое развитие общества, гармоничное развитие людей и соответствующих предпочтениям большей части населения современной России по отношению к таким традиционным морально-нравственным ценностям, как «правда», «честность», «открытость», «человеколюбие», и т. д.

В процессе работы конференции стало очевидным, что важным условием полноценной реализации обозначенной задачи является институционализация на уровнях РАН и ВАК новой социологической специальности «Социальная коммуникация», поскольку специальность «Медиакоммуникации и журналистика», уже имеющаяся в номенклатуре ВАК (в составе филологической группы), не охватывает весь спектр социологических проблем задач и проблем, связанных с функционированием социальной коммуникации в обществе.

Институционализация научной специальности «Социальная коммуникация» позволит:

- обозначить основным предметом изучения современной российской социологической науки в сфере социальной коммуникации социально значимые процессы, инициируемые коммуникационными взаимодействиями и интеракциями;
- включить в предмет анализа мотивационно-целевую направленность (глубинные смыслы) коммуникационных потоков и особенности их влияния на «картины мира» разных групп населения;

– оценить научные концепции, подходы и методы, используемые при изучении коммуникационных процессов, учитывая при этом современные процессы в стране и мире, а также информационно-смысловое давление «извне» на население нашей страны;

– обозначить основной задачей научного поиска выявление таких форм, способов и принципов коммуникационных взаимодействий, которые способствуют установлению диалогических взаимоотношений в социуме и гармоничному развитию людей;

– способствовать реальному и систематическому научному участию в оптимизации коммуникационных процессов в современной России.

Исходя из вышесказанного, участники конференции обращаются к руководителям исследовательских институтов ФНИСЦ РАН, а также других научных и учебных организаций с предложением способствовать институционализации научной специальности «Социальная коммуникация» на уровнях ВАК и РАН.

Участники конференции обращаются также с просьбой способствовать на всех уровнях возможности активного обсуждения на научных мероприятиях и в научной литературе специфики социологического подхода к изучению социальной коммуникации в современном обществе (объект, предмет, задачи, методология, методы), а также для обмена опытом и результатами изучения социально-коммуникационных процессов.

Необходима организационная и финансовая поддержка для разработки новых и апробации уже имеющихся теоретических положений и подходов, проведения научно-исследовательских работ и экспериментов, создания комплекса вузовских учебников и учебных пособий для обучения в рамках учебных дисциплин, выходящих на вопросы функционирования социальной коммуникации в обществе.

Президент РОС В. А. Мансуров

Председатель Программного комитета конференции Т. З. Адамьянц

Учёный секретарь конференции П. С. Юрьев

Именной указатель

А
Б
В
Г
Д
Е
Ж
З
И
К
Л
М
Н
О
П
Р
С
Т
У
Ф
Х
Ц
Ч
Ш
Щ
Э
Ю
Я

Абрамова Софья Борисовна	74
Адамьянц Тамара Заверовна	11
Алпатов Виктор Владимирович	512
Антонов Юрий Евстигнеевич	307
Ануфриева Евгения Владимировна.....	375
Арутюнян Армен Сергеевич	206
Африди Александр Рязович	427
Барматова Светлана Петровна.....	438
Белова Татьяна Павловна	216
Брюно Виктория Владимировна	313
Буянова Марина Олеговна	485
Валиахметов Рим Марсович	380
Вартанова Елена Леонидовна	18
Василенко Людмила Александровна.....	226
Васильев Николай Александрович.....	233
Вахитов Рустем Ринатович.....	380
Власова-Сайкова Валентина Викторовна	444
Воеводина Екатерина Владимировна.....	246
Гайдар Павел Егорович	78
Гайфуллин Андрей Юрьевич.....	380
Галямова Камилла Ринатовна	85
Гезалов Ариз Авяз оглы.....	89
Градосельская Галина Витальевна,	95
Грошев Игорь Львович.....	389
Грошева Ирина Александровна	389
Грошева Любовь Игоревна	251
Губанов Александр Владимирович.....	105
Гузенина Светлана Валерьевна.....	452
Демьяненко Василий Иванович	110
Дубровин Владимир Леонидович	116
Дьякова Вера Валерьевна	396
Заводовская Ольга Вениаминовна	121
Захарова Ольга Алексеевна	320
Зверева Мария Максимовна	125
Зотов Виталий Владимирович	105
Зотов Виталий Владимирович	256
Зюзина Евгения Андреевна	307
Иванова Елена Юрьевна	128
Иванова Наталья Анатольевна	263
Каменева Татьяна Николаевна	323
Карпенко Екатерина Викторовна	459
Карпова Дарья Николаевна	267
Карпухин Олег Иванович	271
Козлова Ирина Викторовна	468
Коломиец Виктор Петрович.....	33
Колосова Елена Андреевна.....	400
Комиссаров Сергей Николаевич	140
Конищева Евгения Васильевна.....	323
Коняшкина Анна София Владимировна	400
Кочкин Антон Андреевич	145
Кошелев Дмитрий Александрович	406
Крыштановская Ольга Викторовна.....	150
Кубякин Евгений Олегович	181
Куликовская Ирина Эдуардовна.....	328
Курюкин Андрей Николаевич	473

Кучер Дмитрий Евгеньевич	320
Кучер Дмитрий Евгеньевич	482
Кушнарев Филипп Юрьевич	195
Ларина Мария Анатольевна	156
Люшвин Петр Владимирович.....	485
Майорова-Щеглова Светлана Николаевна.....	336
Мамедов Агамали Куламович	41
Мамонова Дарья Альбертовна	489
Мамонова Ольга Николаевна.....	525
Маслова Татьяна Фёдоровна	412
Машкова Елена Ивановна.....	320
Меньшикова Галина Александровна.....	187
Мещерякова Наталия Николаевна.....	150
Муханова Мария Николаевна	164
Надточаева Надежда Владимировна	171
Намруева Людмила Васильевна.....	175
Никитенкова Мария Александровна	280
Никифоров Виктор Владимирович	492
Овчар Надежда Андреевна	375
Панченко Ирина Михайловна	349
Перова Анастасия Евгеньевна.....	497
Питайкина Инна Анатольевна	500
Платонов Вадим Рейнгольдович	504
Плотников Владимир Валериевич.....	181
Позднякова Маргарита Ефимовна	507
Прохорова Лариса Григорьевна.....	504
Прохорова Наталья Сергеевна,	504
Пруель Николай Александрович	187
Пьянов Алексей Алексеевич	341
Рафикова Ксения Фуатовна	283
Репин Андрей Юрьевич	512
Родионова Марина Евгеньевна	289
Рубцова Мария Владимировна.....	187
Рыжкина Юлия Владимировна.....	523
Силкин Владимир Владимирович	64
Сосунова Ирина Александровна	525
Суркова Ирина Юрьевна.....	349
Таланов Сергей Львович	195
Титаренко Лариса Григорьевна.....	531
Урмина Ирина Александровна.....	539
Ускова Елизавета Владимировна	356
Устьянцева Ольга Владимировна.....	492
Харченко Владимир Сергеевич	548
Хечиева Александра Цереновна.....	359
Шариков Александр Вячеславович.....	45
Шарков Феликс Изосимович	64
Шаронова Светлана Алексеевна.....	300
Широкалова Галина Сергеевна.....	415
Шубко Ксения Сергеевна.....	368
Шубко Ксения Сергеевна.....	371
Юсупов Муса Мовлиевич	421
Яковенко Наталия Владимировна.....	553

Научное издание

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

**СБОРНИК ДОКЛАДОВ
ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

(Москва, 20 октября 2022 г.)

Текст публикуется в авторской редакции, рабочие языки: русский и английский.
Компьютерная вёрстка Е. Ю. Иванова

ISBN 978-5-89697-412-3



9 785896 974123



Одобрено к выходу в свет: 16.03.2023
Размер 21x29,7 Шрифт «Time New Roman»
Тираж 500 экз.

Издатели:

Российской общество социологов
117218, Москва, ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5
Тел.: +7 (499) 125-00-79
E-mail: isras@isras.ru

Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук
117218, г. Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, к. 5
Тел.: 8 (495) 719-09-40
Факс: 8 (495) 719-07-40
E-mail: fnisc@fnisc.ru