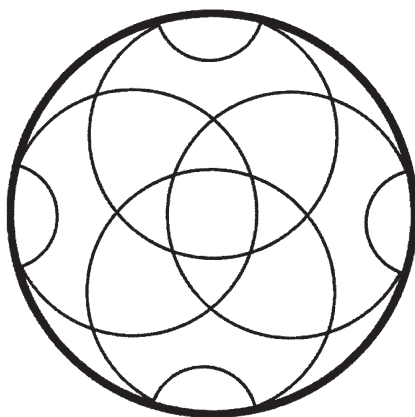


ISSN 2311-3065 (print)
ISSN 2311-3332 (online)



КОММУНИКОЛОГИЯ

COMMUNICOLOGY (RUSSIA)

Том 9 № 2 2021
Vol. 9 No 2 2021



Москва
2021

КОММУНИКОЛОГИЯ**Международный научный журнал**

DOI 10/21453|2311-3065-2021-9-2

ISSN 2311-3065 (print)

ISSN 2311-3332 (online)

Решением Президиума Высшей аттестационной комиссии (ВАК) Министерства образования и науки РФ от 28.12.2018 года журнал «Коммуникология» включен в перечень рецензируемых научных изданий ВАК, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук. В соответствии с Приказом министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 24 февраля 2021 года №119 «Об утверждении номенклатуры научных специальностей, по которым присуждаются ученые степени, и внесение изменения в Положение о совете по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 10 ноября 2017 г. № 1093» внесены изменения в номенклатуру научных специальностей, шифры научных специальностей изменены: 5.4.1. Теория, методология и история социологии (социологические науки); 5.4.2. Экономическая социология (социологические, экономические науки); 5.4.4. Социальная структура, социальные институты и процессы (социологические науки); 5.4.5. Политическая социология (социологические, политические науки); 5.4.6. Социология культуры (социологические науки); 5.4.7. Социология управления (социологические науки); 5.5.1. История и теория политики (политические, исторические науки); 5.5.2. Политические институты, процессы, технологии (политические науки); 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические, философские, социологические, политические науки); 5.10.1. Теория и история культуры, искусства (философские науки, культурология, искусствоведение).

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-54393 от 10.06.2013 г.

Зарегистрирован Международным центром стандартной нумерации сериальных изданий (International Standard Serial Numbering — ISSN) с присвоением международного стандартного номера ISSN 2311-3065 (print), ISSN 2311-3332 (online).

Включён в базы данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ), Всероссийского института научной и технической информации Российской академии наук (ВИНИТИ РАН), EBSCO, Ulrich's International Periodical Directory (UlrichsWeb), научной электронной библиотекой «КиберЛенинка», ICI Journals Master List (Copernicus).

Публикуемые материалы прошли процедуру рецензирования и экспертного отбора.

Категория информационной продукции «16+

Том 9. № 2, апрель-июнь 2021 г.

Издаётся с 2013 г.

Выходит 4 раза в год

Почётный редактор:

Фламгольц Э. — доктор наук, профессор Школы менеджмента Университета Калифорнии в Лос-Анджелесе (UCLA), основатель и президент консалтинговой корпорации Management Systems Consulting Corporation, г. Лос-Анджелес, США.

Главный редактор:

Шарков Ф.И. — председатель редколлегии, доктор социологических наук, профессор, заместитель декана факультета журналистики, заведующий кафедрой общественных связей и медиаполитики Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ИГСУ РАНХиГС), заслуженный деятель науки РФ, г. Москва, Российская Федерация.

Редакционная коллегия:

Кириллина Н.В. — заместитель главного редактора — выпускающий редактор, кандидат социологических наук, доцент кафедры общественных связей и медиаполитики Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ИГСУ РАНХиГС), г. Москва, Российская Федерация.

Беллозо Х. — международный эксперт по корпоративной стратегии и стратегии развития территорий, брендингу и международному продвижению, основатель и глава консультационной компании «Future Places», г. Барселона, Испания.

Бука С. – доктор экономических наук, профессор, соучредитель Балтийской международной академии, г. Рига, Латвийская Республика.

Гарванов И. – доктор наук, профессор, проректор Университета библиотековедения и информационных технологий, г. София, Болгария.

Джафаров Д. – доктор наук, профессор, ректор Азербайджанского государственного педагогического университета, г. Баку, Азербайджан.

Кашаф Ш. Р. – научный сотрудник Центра изучения Центральной Азии, Кавказа и Урало-Поволжья Института востоковедения РАН, г. Москва; научный сотрудник Ресурсного центра по развитию исламского и исламоведческого образования Института международных отношений, истории и востоковедения Казанского федерального университета, г. Казань, Российская Федерация.

Ки Ён Су – профессор Университета иностранных языков Хангук, Президент Корейско-Российской Ассоциации (KORUSS), г. Сеул, Республика Корея.

Киричек П. Н. – доктор социологических наук, профессор кафедры журналистики Московского гуманитарного университета, г. Москва, Российская Федерация.

Кравченко С. А. – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой социологии Московского государственного института международных отношений (Университет), г. Москва, Российская Федерация.

Кузнецов В. Ф. – доктор политических наук, профессор кафедры связей с общественностью Института гуманитарного образования, г. Москва, Российская Федерация.

Ле Нгок Хунг – PhD (Soc.), заместитель директора Института социологии Государственной административно-политической Академии имени Хо Ши Мина, г. Ханой, Вьетнам.

Максимович Г. – PhD (Philos), профессор, декан Философского факультета Университета г. Ниш, Сербия.

Мамедов Н. М. – доктор философских наук, профессор, директор Института глобализации и устойчивого развития Московского независимого эколого-политологического университета, г. Москва, Российская Федерация.

Назарова Е. А. – доктор социологических наук, профессор, заместитель заведующего кафедрой общественных связей и медиаполитики ИГСУ РАНХиГС, г. Москва, Российская Федерация.

Попов В. Д. – доктор философских наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления Международного университета природы, общества и человека, г. Дубна, Российская Федерация.

Гвинн П. – профессор университета Клемсона, г. Клемсон, США.

Садохин А. П. – доктор культурологических наук, профессор кафедры ЮНЕСКО, г. Москва, Российская Федерация.

Станишич В. – доктор филологических наук, профессор кафедры южнославянских языков филологического факультета Белградского университета, г. Белград, Республика Сербия.

Старк Е. – PhD, Почетный профессор Школы общественных дел и управления Университета Рутгерс, г. Вудбридж, США.

Сулейманова Ш. С. – доктор политических наук, профессор кафедры общественных связей и медиаполитики ИГСУ РАНХиГС, г. Москва, Российская Федерация.

Танака Ю. – почетный профессор Университета Рюоку, г. Рюоку, Япония.

Уколова Л. Е. – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях», Институт иностранных языков Московского авиационного института (национального исследовательского университета), г. Москва, Российская Федерация.

Шубрт И. – доктор философии, профессор, заведующий кафедрой истории социологии факультета гуманитарных исследований Карлова университета, г. Прага, Чехия.

Сотрудники редакции:

Рюмшин С. А. – ответственный секретарь;

Ямбушев В. Ю. – редактор сайта журнала.

Журнал аффилирован с Международной академией коммуникологии и факультетом журналистики ИГСУ Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; декан факультета ИГСУ РАНХиГС – заместитель председателя редакционного совета журнала «Коммуникология», доктор политических наук, профессор В. В. Силкин.

Формат: 70x100/16, бумага: офсет №1 – 80г/м², тираж 700 экз.

© Оформление, макет, верстка: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»

Авторские права на публикации принадлежат авторам

Международная академия коммуникологии, г. Москва

Редакционный совет:***Председатель редакционного совета:***

Сафонов А.Л. – доктор экономических наук, профессор, проректор по стратегии и работе с органами власти Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация.

Заместители председателя редакционного совета:

Силкин В.В. – заместитель председателя редакционного совета, доктор политических наук, профессор, декан факультета журналистики ИГСУ РАНХиГС, г. Москва, Российская Федерация.

Шарков Ф.И. – заместитель председателя, доктор социологических наук, профессор, заместитель декана факультета журналистики, заведующий кафедрой общественных связей и медиаполитики ИГСУ РАНХиГС, заслуженный деятель науки РФ, г. Москва, Российская Федерация.

Алексеев Ю.В. – заместитель председателя, кандидат психологических наук, профессор, член-корреспондент РАН, г. Москва, Российская Федерация.

Члены редакционного совета:

Аверин А.Н. – доктор философских наук, профессор кафедры философии философско-социологического факультета Института общественных наук, РАНХиГС, г. Москва, Российская Федерация.

Антипов К.В. – доктор экономических наук, профессор, проректор по интеграции, директор Высшей школы печати и медиаиндустрии Московского политехнического университета, г. Москва, Российская Федерация.

Астафьева О.Н. – доктор философских наук, профессор кафедры ЮНЕСКО, РАНХиГС, директор центра «Гражданское общество и социальные коммуникации», г. Москва, Российская Федерация.

Байменов А. – кандидат технических наук, Председатель Агентства Республики Казахстан по делам государственной службы, г. Астана, Республика Казахстан.

Богатырева Т.Г. – доктор культурологии, профессор, эксперт института «Высшая школа государственного управления» РАНХиГС, г. Москва, Российская Федерация.

Бочаров М.П. – доктор социологических наук, профессор, заместитель генерального директора Института региональных проблем, г. Москва, Российская Федерация.

Вукичевич С. – доктор философии, профессор философского факультета Университета Черногории, г. Подгорица, Черногория.

Евстафьев В.А. – доктор филологических наук, профессор, академик РАН, вице-президент Ассоциации коммуникативных агентств России (АКАР), г. Москва, Российская Федерация.

Запесоцкий А.С. – доктор культурологии, профессор, член-корр. РАН, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Зорин В.Ю. – доктор политических наук, профессор, заместитель директора Института этнологии и антропологии РАН, член Совета по межнациональным отношениям при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация.

Ивченков С.Г. – доктор социологических наук, декан социологического факультета Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского, г. Саратов, Российская Федерация.

Казотаки-Гатополоу А. – профессор Афинского университета, доктор философии, г. Афины, Греческая Республика.

Минаева Л.В. – доктор филологических наук, заслуженный профессор МГУ им. М.В. Ломоносова, действительный член Академии педагогических и социальных наук, президент Ассоциации преподавателей по связям с общественностью, г. Москва, Российская Федерация.

Михайлов В.А. – доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой национальных и федеративных отношений ИГСУ РАНХиГС, заслуженный деятель науки РФ, г. Москва, Российская Федерация.

Микульский К.И. – доктор экономических наук, член-корреспондент РАН, г. Москва, Российская Федерация.

Пихоя Р.Г. – доктор исторических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Института российской истории РАН, г. Москва, Российская Федерация.

Ромат Е. – доктор наук государственного управления, профессор кафедры маркетинга и рекламы Киевского национального торгово-экономического университета, президент Союза рекламистов Украины, г. Киев, Украина.

Чумиков А.Н. – доктор политических наук, профессор, главный научный сотрудник Института социологии РАН, профессор кафедры коммуникационных технологий Института международных отношений и социально-политических наук Московского государственного лингвистического университета, генеральный директор Агентства «Международный пресс-клуб Чумиков PR и консалтинг», г. Москва, Российская Федерация.

Шабров О.Ф. – доктор политических наук, профессор, президент Академии политических наук, г. Москва, Российская Федерация.

COMMUNICOLOGY

International Scientific Journal

By the decision of the Presidium of the Higher Attestation Commission (VAK) of the Ministry of Education and Science of Russia (January 28, 2018) "Communicology" is included in the list of peer-reviewed scientific journals recommended by the Higher Attestation Commission for publication of basic scientific results of theses for scientific degree of a candidate of sciences (Cand.Sc.) and doctor of sciences (D.Sc.).

In accordance with the Order of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, Feb. 24, 2021 No. 119 "On the approval of the nomenclature of scientific specialties for which academic degrees are awarded and on amending the Regulations on Dissertation Council, approved by the order of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation November 10, 2017 No. 1093" codes of scientific specialties were amended as follows: 5.4.1. Theory, methodology and history of sociology (sociology); 5.4.2. Economic sociology (sociology and economic sciences); 5.4.4. Social structure, social institutions and processes (sociology); 5.4.5. Political sociology (sociology and political sciences); 5.4.6. Sociology of culture (sociology); 5.4.7. Sociology of management (sociology); 5.5.1. History and theory of politics (political and historical sciences); 5.5.2. Political institutions, processes, technologies (political sciences); 5.9.9. Media communications and journalism (philological, philosophical, political sciences, sociology); 5.10.1. Theory and history of culture and art (philosophical sciences, cultural studies, history of art).

The journal is registered by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Media (Roskomnadzor) Cert. No. ФЦ77-54393 of June 10, 2013; by the International Standard Serial Number International Centre and awarded with international standard numbers: ISSN 2311-3065 (print), ISSN 2311-3332 (online); included in academic electronic data bases: Russian Index for Scientific Citation (RSCI), the database of the Russian Institute for Scientific and Technical Information (VINITI RAS), EBSCO, Ulrich's International Periodical Directory (UlrichsWeb), scientific electronic library CyberLeninka, ICI Journals Master List (Copernicus).

Information product category «16+»

Volume 9. No. 2. April-June 2021

Published since 2013

(4 issues per year)

Honorary Editor:

Eric G. Flamholtz – Ph.D., professor at UCLA Anderson School of Management, Founder and President of Management Systems Consulting Corporation. Los Angeles, United States.

Chief Editor:

Felix I. Sharkov – D.Sc. (Soc.), Prof., Head of the Editorial Board, Deputy Dean of Journalism Department, Head of the Public Relations and Media Policy Chair of the Institute of Public Administration and Civil Service, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Honored Scientist of the Russian Federation. Moscow, Russian Federation.

Editorial Board:

Natalia V. Kirillina – Executive Editor, Cand. Sc. (Soc.), associate prof. at the chair of Public Relations and Media Policy, RANEPA. Moscow, Russian Federation.

Juan C. Beloso – International Expert on Corporate Strategy and the Strategy of Territorial Development, Branding and International Promotion, Future Places agency Director & Founder, advisor to the City Council of Barcelona. Barcelona, Spain.

Stanislav A. Buka – D.Sc. (Econ.), Prof., Co-Founder of the Baltic International Academy. Latvia, Riga.

Le Ngoc Hung – Ph.D. (Soc.), Prof., Deputy Director of Sociology, Ho Chi Minh National Political Academy. Hanoi, Vietnam.

Jafar M. Jafarov – D.Sc., Prof., Rector of Azerbaijan State Pedagogical University. Baku, Azerbaijan.

Shamil R. Kashaf – research associate of the Center of studies of Central Asia, Caucasus and Ural-Volga region, Institute of Oriental Studies of Russian Academy of Sciences, Moscow; Researcher of the Resource Center for the Development of Islamic Studies of the Institute of International Relations, History and Oriental Studies, Kazan Federal University, Kazan, Russian Federation.

Ki En Su – Prof., Hankuk University of Foreign Studies (HUFS), President of the Korean-Russian Association (KORUSS). Korea, Seoul.

Petr N. Kirichek – D.Sc. (Soc.), Prof. of the Department of journalism of the Moscow Humanitarian University. Moscow, Russian Federation.

Sergey A. Kravchenko – Dr. Sc. (Philos.), Prof., Head of Department of Sociology, Moscow State Institute of International Relations, Ministry of Foreign Relations (MGIMO – University). Moscow, Russian Federation.

Vadim F. Kuznetsov – D.Sc. (Pol.), Prof. of the Department of public relations of the Institute of humanitarian education. Moscow, Russian Federation.

Goran Maksimovich – Ph.D. (Philos.), Prof., Dean of Philosophy Department, University of Nis. Nis, Serbia.

Nizamy M. Mamedov – D.Sc. (Philos.), Prof., Director of the Institute of globalization and sustainable development, Moscow Independent Ecological-Political University. Moscow, Russian Federation.

Elena A. Nazarova – D.Sc. (Soc.), Prof., Deputy Head of Public Relations and Media Policy Chair, RANEPa. Moscow, Russian Federation.

Vladimir D. Popov – D.Sc. (Philos.), Prof. of chair of state and municipal management of International University of nature, society and man. Dubna, Russian Federation.

Gvynn Powell – Ph.D. (Pedag.), Professor of the Clemson University. Clemson, USA.

Aleksandr P. Sadokhin – D.Sc. (Cult.), Prof. at Journalism Department, RANEPa. Moscow, Russian Federation.

Vanja Stanishich – Ph.D., Prof. of South Slavic Languages Department of Philological Faculty of the University of Belgrade. Serbia, Belgrade.

Evan Stark – Ph.D. (Philos.), Prof. Emeritus, School of Public Affairs and Administration, Rutgers University. Woodbridge, CT, USA.

Shukran S. Suleymanova – D.Sc. (Pol.), Prof. at the chair of the Public Relations and Media Policy, RANEPa.

Yuso Tanaka – Prof. Emeritus Ryukoku University. Ryukoku, Japan.

Lidiya E. Ukolova – D.Sc. (Philol.), Professor, head of Department of advertising and public relations at the Institute of Foreign Languages, Moscow Aviation Institute (National Research University). Moscow, Russian Federation.

Jiri Subrt – D.Sc. (Philos.), Professor, head of chair of history of sociology of the faculty of humanitarian studies of Charles University. Prague, Czech Republic.

Organizational and management team of the editorial board

Sergey A. Ryumshin – executive secretary;

Vildan Y. Yambushev – editor, webmaster.

Deputy Chairman of the Editorial Council of Communicology Journal – dean of the Journalism Department (RANEPa), Prof. Dr. Vladimir V. Silkin.

Editorial Council:

Chairman of the Editorial Council:

Aleksandr L. Safonov – D.Sc. (Econ.), Prof., Vice-Rector for strategy and government relations of the Financial University under the Government of the Russian Federation. Moscow, Russian Federation.

Vice-Chairmen of the Editorial Council:

Vladimir V. Silkin – D.Sc. (Pol.), Prof., Deputy Chairman of the Editorial Council, Dean of Journalism Department (RANEPA). Moscow, Russian Federation.

Felix I. Sharkov – D.Sc. (Soc.), Prof., Deputy Chairman of the Editorial Council, Deputy Dean of Journalism Department, Head of the Public Relations and Media Policy Chair of the Institute of Public Administration and Civil Service, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Honored Scientist of the Russian Federation. Moscow, Russian Federation.

Yuriy V. Alekseev – Cand. Sc. (Psychol.), Prof., Corresponding Member of the Russian Academy of Natural Sciences. Moscow, Russian Federation.

Editorial Council:

Alexander N. Averin – D.Sc. (Philos.), Prof. at the chair of philosophy, Philosophy and Sociology Department, Institute of Social Sciences (RANEPA). Moscow, Russian Federation.

Konstantin V. Antipov – D.Sc. (Econ.), Prof., Vice-rector for integration, Director of the graduate school print and media industry of the Moscow Polytechnical University (Polytech Moscow). Moscow, Russian Federation.

Olga N. Astafieva – D.Sc. (Philos.), Prof. at UNESCO Dept. of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, head of Civil Society and Social Communications Centre. Moscow, Russian Federation.

Alikhan M. Baymenov – Cand. Sc. (Tech.), Chairman of the Agency of the Republic of Kazakhstan for Civil Service Affairs. Astana, Republic of Kazakhstan.

Tatiana G. Bogatyreva – D.Sc. (Cult.), professor, expert at Higher School of Public Administration, RANEPA, Moscow, Russian Federation.

Mikhail P. Bocharov – D.Sc. (Soc.), Prof., Deputy General Director of the Institute of Regional Problems. Moscow, Russian Federation.

Aleksandr N. Chumikov – D.Sc. (Pol.), Prof., Prof., Chief Researcher of the Institute of Sociology of Russian Academy of Sciences, professor of the Department of communication technologies at Moscow State Linguistic University, General Director of Chumikov PR and Consulting, Chairman of the Committee of Professional Education and Certification of the Russian Association of Public Relations. Moscow, Russian Federation.

Vladimir A. Evstafyev – D.Sc. (Philol.), Prof., Member of Russian Academy of Natural Sciences, Vice-President of the Association of Communicative Agencies of Russia. Moscow, Russian Federation.

Sergey G. Ivchenkov – D.Sc. (Soc.), Professor, Dean of the Faculty of Sociology, Saratov State University. Saratov, Russian Federation.

Argiro Kasotaki-Gatopoulou – D. Sc. (Philos.), Prof. of the University of Athens. Greece, Athens.

Ludmila V. Minaeva – D.Sc. (Philol.), Prof., Member of the Academy of Pedagogical and Social Sciences, President of the Public Relations Association. Moscow, Russian Federation.

Vyacheslav A. Mikhailov – D.Sc. (Hist.), Prof., Head of National and Federal Relations Department (RANEPA). Moscow, Russian Federation.

Konstantin I. Mikulski – D.Sc. (Econ.), Prof., Corresponding Member of the Russian Academy of Sciences. Moscow, Russian Federation.

Rudolf G. Pihoya – D.Sc. (Hist.), Prof., Principal Researcher of the Institute of the Russian History, Russian Academy of Sciences. Moscow, Russian Federation.

Evgeny V. Romat – D.Sc. (Gov.), Prof. of Marketing and Advertising Department of the Kiev National Trade and Economic University, President of the Advertisers Academy of Ukraine. Kiev, Ukraine.

Oleg F. Shabrov – D.Sc. (Pol.), Prof. Head of the Politology and Policy Management Department (RANEPA). Moscow, Russian Federation.

Slobodan Vukicevic – D.Sc., Prof. University Crne Gore. Podgorica, Montenegro.

Aleksandr S. Zapesotskiy – D.Sc. (Cult.), Prof. Correspondent Member of the Russian Academy of Sciences. St. Petersburg, Russian Federation.

Vladimir Y. Zorin – D.Sc. (Pol.), Prof., Deputy Director of the Institute of Ethnology and Anthropology, Russian Academy of Sciences. Moscow, Russian Federation.

■ ■ ■ СОДЕРЖАНИЕ

■ Социальная структура, социальные институты и процессы

Зотов В.В., Губанов А.В.

Баланс приватного и публичного в использовании персональных данных в цифровом сетевом пространстве 15

Ракова К.В.

Возникновение сложной диалоговой коммуникации: «пациент – врач – ИТ-специалист». 31

Кириллина Н.В.

О роли пользователя и фрагментации сети 41

■ Социология культуры

Андриянова Т.В.

«Общественный диалог» в социокультурной среде и его управленческие перспективы в коммуникационной теории У.Б. Пирса и В.Э. Кронена (продолжение) 51

Стеценко В.В.

Разработка и внедрение технологий культурного просветительства в контексте государственной культурной политики: смысловые ориентиры и приоритетные направления 67

■ Социология управления

Помозова Н.Б.

Дискурс-анализ концепции «Сообщества единой судьбы» человечества и ее рефлексивная составляющая 79

Макаров Д.В.

Практика организации информационного обеспечения в сфере государственного управления (на примере Ленинградской области). . . . 88

■ Политические институты, процессы, технологии

Фельдман П.Я., Завалишин Н.С.

Виртуальные сетевые коммуникации и политическая поляризация общества (на примере Соединенных Штатов Америки). 98

Торопова А.А.

Дискурс о коронавирусной инфекции COVID-19 в политической, медийной и исследовательской повестке (кейс Греции) 110

■ Медиакommunikации и журналистика

Чумиков А.Н.

Конфликтные коммуникации в медийном поле 125

Нечаева И.И., Шевченко А.Н.

Нормативные правовые аспекты государственного и муниципального управления в сфере информационно-психологической безопасности граждан 143

Шарков Ф.И., Потапчук В.А.

Жизнь в формате онлайн: версия московских старшеклассников и студентов. 156

■ Теория и история культуры, искусства

Сосновская К-М.А.

Концепция создания визуального контента для продвижения в медиапространстве (на примере культурно-событийного туризма) 170

Лемешевская Е.С.

Волонтерство в музеях совести: сочетание теории коммуникации и культурологических подходов 185

■ ■ ■ CONTENTS

■ Social Structure, Social Institutions and Processes

Zotov V.V., Gubanov A.V.

Balance of Private and Public in the Use of Personal Data
in the Digital Network Space 29

Rakova K.V.

The Occurrence of Complex Dialogue Communication:
patient – physician – IT manager 39

Kirillina N.V.

On User Roles and Fragmentation of the Global Network 48

■ Sociology of Culture

Andriyanova T.V.

Public Dialogue in the Socio-Cultural Environment and its Management
Perspectives in the Communication Theory of W. Barnett Pearce
and Vernon E. Cronen (continuation) 64

Stetsenko V.V.

Development and Implementation of Technologies for Cultural
Enlightenment in the Context of State Cultural Policy: semantic
guidelines and priority areas 76

■ Sociology of Management

Pomozova N.B.

Discourse analysis of the concept of the Community
of the common destiny and its reflexive component 86

Makarov D.V.

Makarov D.V. The Practice of Communication Management
in the Field of Public Administration (on the example of Leningrad Region) . . . 95

■ Political Institutions, Processes and Technologies

Feldman P.Y., Zavalishin N.S.

Virtual Network Communications and the Political Polarization
of Society (on the example of the United States) 108

Toropova A. A.

COVID-19 discourse in political, research and media agenda
(on the example of Greece) 122

■ Media Communications and Journalism

Chumikov A.N.

Conflict Communications in Modern Media 141

Nechaeva I.I., Shevchenko A.N.

Regulatory Legal Aspects of State and Municipal Governance
in the Sphere of Information and Psychological Security of Citizens. 154

Sharkov F.I., Potapchuk V.A.

The Online Life: the version of Moscow students 168

■ Theory and History of Culture

Sosnovskaya K-M. A.

The Concept of Creating Visual Content for Promotion in the Media Space
(on the example of cultural and event tourism). 183

Lemeshevskaya E.S.

Volunteering Activity in the Museums of Conscience: a combination of
communication theory and cultural approaches. 192

СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ

SOCIAL STRUCTURE, SOCIAL INSTITUTIONS AND PROCESSES

■ ■ ■ Баланс приватного и публичного в использовании персональных данных в цифровом сетевом пространстве¹

Зотов В.В.¹, Губанов А.В.²

1. Московский физико-технический институт (национальный исследовательский университет) (МФТИ), Москва, Российская Федерация.
2. Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ БелГУ), Белгород, Российская Федерация.

Аннотация. Актуальность исследования определяется необходимостью обеспечения всесторонней защиты личных данных граждан, поскольку их разглашение может вести к нанесению ущерба репутации, а возможно и к финансовым потерям из-за действий криминального характера. В этом контексте особый смысл приобретает анализ границ публичного и приватного в общественном сознании. В ходе проведенного массового и экспертного опроса по данной проблематике было установлено, что с неправомерным использованием конфиденциальных сведений в сети Интернет сталкивались практически 2/3 граждан. Но большинство экспертов и участников массового опроса осведомлены о том, что Интернет-сайты, социальные сети и поисковые системы могут собирать данные для веб-аналитики. Одновременно с этим большинство участников исследования считают возможной передачу персональных данных органам власти в обобщенном виде для принятия управленческих решений, а именно сведений о месте проживания, возрасте, семейном положении, образовании и половой принадлежности. Наиболее закрытыми для анализа стали сведения о покупках и трактах, геолокации и состоянии здоровья. Режим приватности в социальных сетях зависит от уровня публичности человека: для государственных служащих, членов партий и общественных объединений, представителей науки и образования он выше, чем для рядовых граждан (для них он зависит от знания о такой возможности настроек соцсетей). Большинство экспертов и рядовых граждан поддерживали возможность введения запрета на раскрытие в сети Интернет и социальных сетях информацию о службе для военнослужащих и полицейских, при этом аналогичные меры считают недопустимыми для государственных служащих, муниципальных служащих, представителей бюджетной сферы и депутатов; только относительно судей мнение населения и экспертов не совпало: первые считают не допустимым введение запрета, а вторые – необходимым. Можно предположить, что цифровизация общества не обостряет проблему демаркации приватного и публичного. Однако ключевым инструментом разграничения личного и общественного в медиа-пространстве является создание специальной нормативно-правовой базы.

Ключевые слова: цифровое сетевое пространство, публичное управление, пространство публичных коммуникаций, приватная сфера, публичная сфера, персональные данные

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и АНО ЭИСИ в рамках научного проекта № 20-011-31535 «Публичное управление в цифровом обществе: к новому общественному договору».

Для цитирования: Зотов В.В., Губанов А.В. Баланс частного и публичного в использовании персональных данных в цифровом сетевом пространстве // Коммуникология. 2021. Том 9. № 2. С. 15-30. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-15-30.

Сведения об авторах: Зотов Виталий Владимирович – доктор социологических наук, профессор, профессор департамента философии Московского физико-технического института (МФТИ), старший научный сотрудник Белгородского государственного национального исследовательского университета (НИУ БелГУ); Губанов Александр Владимирович – кандидат социологических наук, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ БелГУ). Адрес: 141701, Россия, Московская область, г. Долгопрудный, пер. Институтский, 9. E-mail: zotov.vv@mipt.ru; aleksandrgubanov1@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 01.03.2021. *Принята к печати:* 21.03.2021.

Цифровизация как угроза персональным данным

Цифровизация общества предусматривает организацию органами власти деятельности, которая призвана способствовать созданию условий для развития общества знаний, повышению благосостояния и качества жизни граждан, их степени информированности и цифровой грамотности, формированию информационно-коммуникационного пространства с учётом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений, развитию новой технологической основы информационной инфраструктуры для социальной и экономической сферы. Но проникновение цифровых технологий в жизнедеятельность человека несёт не только новые возможности оптимизации процессов взаимодействия, но и сопровождается появлением новых угроз безопасности, которые в случае их игнорирования могут свести на нет потенциальные выгоды внедрения данных технологий.

Важно учитывать то обстоятельство, что в связи с развитием информационно-коммуникационных процессов и новых технологий общественный запрос на получение актуальной информации все чаще удовлетворяется в сети Интернет. Всё больший объём социальной активности человека перемещается в сетевое пространство, где приобретает виртуальный характер, что в свою очередь приводит к оцифровке её параметров в качестве компонента «цифрового профиля» [Горбунов]. Социальное пространство, характеризующееся высокими темпами цифровизации, для человека, актора информационного взаимодействия, превращается в цифровую сетевую среду. Наряду с перспективами, открывающимися благодаря цифровым технологиям, перед людьми, государственными органами, гражданским обществом, возникают серьёзные проблемы. Цифровизация сопровождается увеличением объёма хранимой, передаваемой и обрабатываемой информации, что несёт угрозу защите конфиденциальных данных, в частности персональных данных пользователей. Одновременно с этим нарастает вмешательство в частную жизнь человека, злоупотребления данными о человеке со стороны государства, использование новых технологических возможностей с криминальными целями. Сюда включаются и несанкционированное проникновение в личные

гаджеты, и хищение приватной информации, и информационная агрессия, а также киберпреступность, информационная война и информационный терроризм.

Надо понимать, что увеличение числа киберпреступлений является естественным следствием цифровизации. И хотя цифровизация находится лишь на начальном этапе, а киберпреступность уже превратилась в одну из ключевых проблем цифрового сетевого пространства. По данным МВД в 2020 году число преступлений, совершаемых с применением информационно-телекоммуникационных технологий, возросло на 73%, в том числе с использованием сети Интернет – на 91%, при помощи средств мобильной связи – на 88%¹. На рост числа киберпреступлений повлиял переход сотрудников российских компаний на удалённую работу, который способствовал снижению бдительности, а также увеличение потребности в онлайн-покупках. Отметим, что по мнению некоторых авторов, утечка персональных данных граждан России в последняя время носит политический подтекст, поскольку со стороны стран Запада развёрнута широкомасштабная информационная война против России, представляющая реальную опасность для национальной безопасности страны [Воронина].

Сегодня можно наблюдать сохранение актуальности проблемы обеспечения всесторонней защиты персональных данных граждан, поскольку их разглашение может привести к нанесению значительного репутационного или финансового ущерба. При этом стоит отметить, что данный вопрос регулярно поднимается на законодательном уровне. Так, с марта 2021 года вступил в силу Федеральный закон от 30.12.2020 № 519-ФЗ об изменении правил обработки общедоступных персональных данных, согласно которому операторы больше не смогут использовать полученные сведения о гражданах в режиме «по умолчанию» и им потребуется получить согласие на каждое конкретное действие по обработке и публичному распространению.

В этом контексте особый смысл приобретает анализ границ публичного (то, что происходит во взаимодействиях с другими людьми) и приватного (то, что защищается от выдачи другим) использования персональной информации в общественном сознании. Приватность подразумевает не только право на защиту персональных данных о человеке от посторонних, но и право на личное пространство и его защиту. Сохранение приватности предполагает табуирование действий её нарушающих, а также устранение возможных посягательств на завоевание личного пространства [Шкудунова].

Методы исследования границ приватности и публичности персональных данных

С методологической точки зрения текущее исследование будет основано на интуитивно-рациональном методе [Babintsev, Sapryka], который отдаёт прио-

¹ См. официальный сайт Министерства внутренних дел Российской Федерации: <https://мвд.рф/reports/item/22678184/>.

ритет эмпирическим данным и их интерпретации. Методологической базой исследования послужили труды зарубежных и российских авторов, раскрывающие проблему информационной безопасности личности в социально-философском и социологическом плане [Дементьев; Диев; Кривоухов, Зотов]. Эмпирической основой стало социологическое исследование, проведённое с целью получения достоверной и обоснованной информации о границах приватности и публичности персональных данных в цифровом сетевом пространстве. Социологическое исследование включало массовый и экспертный опросы. В связи с эпидемиологической ситуацией массовый опрос проводился как анкетный опрос комбинированного типа: (1) онлайн-опрос с применением сервиса Google; (2) полевой опрос с использованием личных интервью с использованием бумажной анкеты. Генеральная совокупность исследования – это население старше 18 лет, проживающее в столичных мегаполисах и медианных по уровню информатизации регионах (Курская, Белгородская области, которые в рейтинге развития информационного общества занимают 26 и 22 место соответственно). Выборочная совокупность в количестве $n = 1000$ респондентов кватировалась по полу и возрасту (до 30 лет, от 30 до 60 лет, старше 60 лет). Из обработки были исключены анкеты, из которых было ясно, что респонденты не имеют компьютеров, не пользуются Интернетом, ничего не могут сказать о цифровых технологиях, поскольку они не связаны с их повседневной практикой. Экспертный опрос проводился среди государственных служащих, представителей науки и образования, муниципальных служащих, членов общественных организаций и политических партий вышеуказанных медианных регионов. Всего было опрошено 90 экспертов.

Анализ границ приватности и публичности персональных данных в цифровом сетевом пространстве

В одной из публикаций приводят такой пример. По одной лишь фотографии человека, размещенной в Интернете, используя поисковые системы, страницы социальных сетей, блогов и форумов, можно найти всю необходимую информацию, которая позволяет идентифицировать человека и его близких родственников [Докучаев, Маклачкова, Статьев].

По мнению представителей экспертного сообщества, чаще всего граждане сталкиваются с неправомерным разглашением личного номера телефона, неправомерным использованием личных данных, онлайн-слежкой, а также кражей персональных данных. Подробное распределение представлено на Рисунке 1.

Оценка результатов массового опроса полностью подтвердила обозначенную экспертами тенденцию. Так, с неправомерным использованием в сети Интернет конфиденциальных сведений сталкивались практически 2/3 граждан (а именно 67%). Наиболее остро данная проблема стоит в столичных мегаполисах – 75%.

Среди наиболее актуальных проблем несанкционированного использования данных для каждого конкретного типа населённых пунктов стоит выделить:

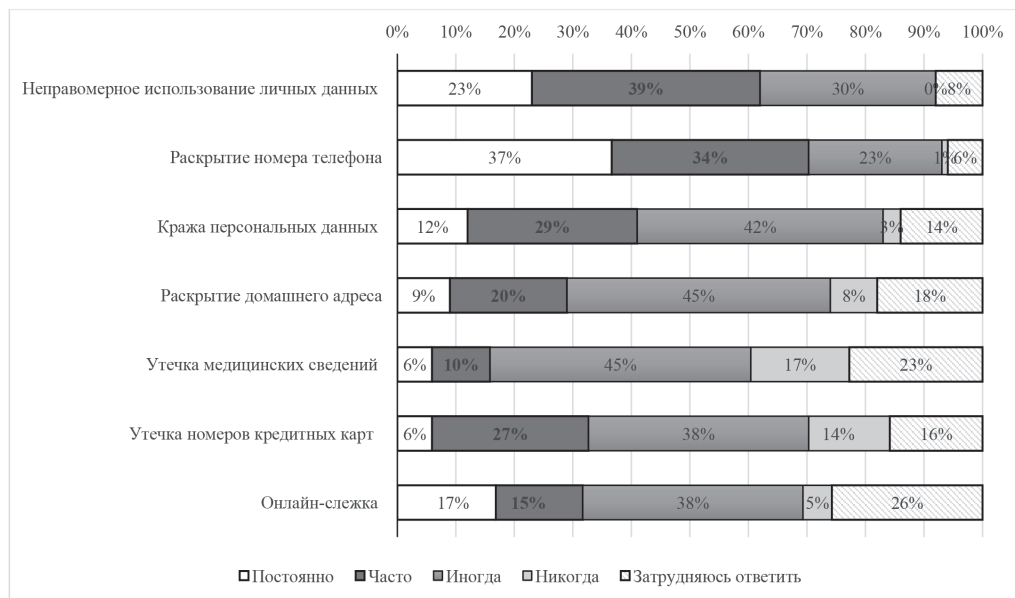


Рисунок 1. Распределение ответов экспертов на вопрос

«На ваш взгляд, как часто население сталкивается со следующими ситуациями в сети Интернет?» /

Distribution of experts' answers to the question «In your opinion, how often does the population encounter the following situations of identity fraud on Internet?»

Москва и Санкт-Петербург: кража персональных данных – 77%, раскрытие номера телефона – 73%, неправомерное использование личных данных – 60% и раскрытие домашнего адреса – 33%.

Областные центры: раскрытие номера телефона – 65%, неправомерное использование личных данных – 55%, кража персональных данных – 25% и онлайн-слежка – 24%.

Районные центры: раскрытие номера телефона – 59%, неправомерное использование личных данных – 55%, кража персональных данных – 42% и онлайн-слежка – 36%.

Сельские поселения: раскрытие номера телефона – 48%, неправомерное использование личных данных – 42%, кража персональных данных – 39% и онлайн-слежка – 35%.

Также стоит отметить, что чаще всего с проблемами хищения конфиденциальных данных сталкивались респонденты средней возрастной категории – 72%, в то время как среди молодёжи этот показатель составил 67%, пожилых респондентов – только 52%. Подробная информация о распределении представлена на Рисунке 2.



Рисунок 2. Возрастная структура респондентов массового опроса, которые сталкивались с проблемами хищения конфиденциальных данных в сети Интернет / Age structure of the respondents of the mass survey who faced the problems of theft of confidential data on the Internet

Таким образом, согласно полученным сведениям, наиболее остро для граждан стоят вопросы предотвращения разглашения номера телефона, неправомерного использования личных данных и кражи персональных данных. Решение проблем несанкционированное использования личных данных невозможно без активного нормативно-правового регулирования и административного участия органов власти. Особенно опасно, когда целью мошенников становятся пожилые граждане, средний уровень владения цифровой компетентности среди которых меньше, чем в остальных возрастных категориях. В частности, как минимум 6% процентов лиц пожилого возраста заявляли, что сталкивались с утечкой номеров кредитных карт.

Отметим, что уровень цифровой компетентности не высок даже в молодежной среде [Каргаполова, Каргаполов, Давыдова, Дулина], поэтому на практике эффективным решением проблемы также может стать более активное продвижение «уроков цифровой грамотности» для всех категорий и возрастов граждан. При этом вовсе не обязательно устраивать полноценные курсы, достаточно организовать общественное обсуждение вопроса и напомнить гражданам, что о вы-

сокой ценности персональных данных, необходимости их постоянной защиты, а также некоторых способах, для которых мошенники могут подобную информацию использовать. И здесь показателен опыт реализации программы повышения финансовой грамотности Центробанка, в рамках которой осуществляется формирование навыков распознавания мошеннических действий в отношении денежных средств граждан. Полезным может стать распространение коротких тематических видеороликов, рассказывающих о способах хищения личных данных граждан и простых механизмах защиты от этого. Выбор именно видео-формата обосновывается его высокой популярностью в настоящее время среди Интернет-пользователей, в том числе в социальных медиа.

К сожалению, чтобы столкнуться со сбором персональных данных в сетевом пространстве, вовсе не обязательно посещать «заражённые» шпионскими программами сайты или мошеннические ресурсы, достаточно просто выйти в Сеть и ввести запрос в любом популярном поисковом агрегаторе. Причём Интернет-пользователи далеко не всегда понимают, насколько опасным может быть подобное раскрытие конфиденциальности.

В настоящее время возникает проблема защиты пользовательских данных, (так называемых цифровых профилей), собираемой в сети устройствами и сервисами в течение продолжительного времени. Такие данные, хотя изначально и не являются персональными, в совокупности и при дополнительной обработке позволяют восстанавливать информацию о конечном пользователе. Наш опрос экспертов показывает, что большинство из них (46%) хорошо осведомлены о том, что Интернет-сайты, социальные сети и поисковые системы могут собирать данные для веб-аналитики; 37% заявили, что имеют об этом только общие представления и 9% ранее о данной возможности осведомлены не были. Еще 8% экспертов с ответом затруднились. Наиболее осведомлёнными о проблеме стали представители сферы науки и образования – 71%, муниципальные служащие – 55%, члены партий и общественных объединений – 54% и только четвертыми в этом списке оказались государственные служащие – 50%. Примечательно, что наибольший процент участников исследования, услышавших о проблеме впервые, был зарегистрирован среди муниципальных служащих – 10%. Подробное распределение представлено на Рисунке 3.

Большинство участников массового опроса – 46% – заявили, что хорошо осведомлены о возможности сбора сайтами систем веб-аналитики, еще 36% респондентов обладают только общей информацией. Ничего не слышали о подобном функционале только 8% граждан. Наибольший уровень осведомлённости был зафиксирован среди жителей столичных мегаполисов – 70%, значительно меньше в областных и районных центрах по 46%, в то время как в сельской местности указанный показатель не превысил 31%.

Несмотря на то, что основная часть Интернет-пользователей осведомлена о возможности сбора поисковыми системами и популярными сетевыми ресурсами персональных данных, все ещё остаются граждане, которые вовсе не имеют

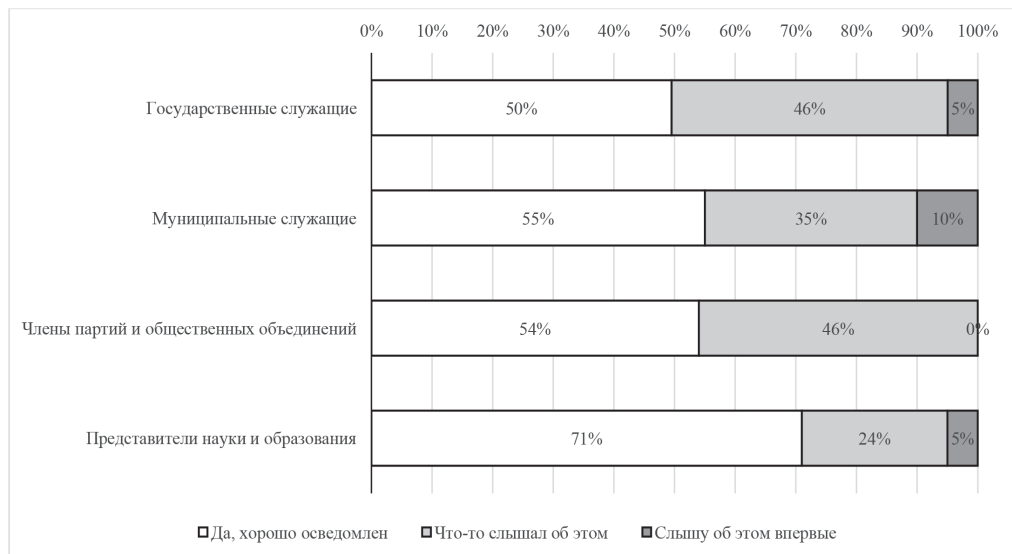


Рисунок 3. Распределение ответов экспертов на вопрос «Интернет-сайты, социальные сети, поисковые системы могут собирать данные для веб-аналитики. Скажите, пожалуйста, Вы знаете, что-то слышали об этом или слышите впервые?» / Distribution of experts' answers to the question «Internet sites, social networks, and search engines collect data for web analytics. Do you know, have heard anything about it, or do you hearing about it for the first time?»

никакой информации о данном вопросе. Но и знание проблемы не даёт никаких гарантий, что пользователю не придётся с ней столкнуться на практике. В связи с этим, на наш взгляд, актуальным представляется введение требования по обязательному и постоянному информированию граждан Интернет-сервисами о необходимости защиты личных данных и, при необходимости, выбора конкретного режима конфиденциальности.

Для чего поисковым системам и общедоступным Интернет-платформам персональные данные граждан? В качестве формальных целей как правило указывается оптимизация «умными алгоритмами» новостных и поисковых лент исходя из интересов сетевых пользователей. На практике подобная информация также используется для более эффективного показа контекстной и таргетированной рекламы. Чем больше пользователь «рассказывает» о себе системе, тем более точечная реклама ему может быть продемонстрирована. К сожалению, даже самые эффективные антивирусные системы и программы сетевой безопасности не могут гарантировать обеспечение 100% защиты конфиденциальных сведений граждан, в связи с этим, информация из поисковых сервисов также может попасть в руки мошенников.

Вопрос защиты персональных данных имеет двойственную природу, поскольку предполагает передачу сведений о гражданах как третьим лицам, так и органам власти. Мнение экспертов по данному вопросу не оказалось однозначным. Так, большинство участников исследования считают возможной передачу государственным и муниципальным структурам сведения о: месте проживания – 51%, дате рождения – 56%, образовании – 57%, ФИО – 57% и гендере – 68%.

Запрет на сбор персональных данных для госструктур эксперты считают целесообразным по следующим категориям: должность – 56%, фотографии – 63%, музыкальные предпочтения – 63%, информация об имуществе – 75%, информация о зарплате и доходах – 76%, политических взглядах – 76%, информация о покупках и тратах – 77%, сведения о состоянии здоровья – 78%, данные геолокации – 79%, вероисповедание – 81%.

Не сложилось однозначного мнения у экспертов только в вопросе передачи государственным и муниципальным органам сведений о месте работы, e-mail и телефонах граждан: доля «за» и «против» в этих случаях приближается к 50%. Несмотря на однозначность ряда указанных выше позиций, стоит отметить, что распределение ответов экспертов оказалось неоднородным и находится в прямой зависимости от структур, которые они представляют. В частности, большинство респондентов из числа государственных и муниципальных служащих выразили полную готовность к передаче персональных данных по 7 позициям, члены политических партий и общественных объединений – только по 1 позиции, а представители науки и образования – по 4.

Среди причин подобного распределения, на наш взгляд, можно выделить большее доверие со стороны государственных и муниципальных служащих как к аппаратно-технической части и методам сбора и анализа персональных данных граждан, так и к самим операторам таких систем. В свою очередь общественники и представители научного сообщества не погружены в детали, которые позволили бы сформировать более доверительное отношение (см. таблица 1).

Исходя из этого, при осуществлении со стороны органов власти сбора и анализа персональных данных целесообразным выступает обеспечение максимальной прозрачности в применяемых методах, а также целесообразным выступает раскрытие целей аккумулирования подобной информации.

В вопросе передачи персональных данных органам власти в обобщенном виде для принятия управленческих решений граждане в ряде вопросов оказались более открытыми, чем эксперты, но основная часть сведений все еще остается достаточно закрытой. В частности, абсолютное большинство респондентов выразили готовность передать информацию о своём гендере – 71%, возрасте – 65%, образовании – 61% и семейном положении – 54%. Наиболее закрытыми для анализа стали сведения о покупках и тратах, геолокации и состоянии здоровья. Подробное распределение представлено в Таблице 2.

Таблица 1. Распределение ответов экспертов на вопрос «Согласны ли вы, что органы власти смогут собирать в сети Интернет следующие персональные данные граждан для анализа и принятия решений?» с распределением на представляемые сферы / Distribution of experts' answers to the question: «Do you agree that the authorities will be able to collect the following personal data of citizens on the Internet for analysis and decision-making?»

	Государственные служащие	Муниципальные служащие	Члены политических партий и общ. объединений	Представители науки и образования
1. Пол	86%	80%	54%	52%
2. Дата рождения	77%	55%	46%	43%
3. E-mail, телефон	59%	60%	27%	52%
4. Место проживания	55%	70%	31%	52%
5. Образование	64%	65%	46%	52%
6. Место работы	50%	60%	27%	43%
7. Должность	55%	50%	31%	33%
8. Фотографии	46%	35%	31%	29%
9. Данные геолокации	23%	25%	15%	10%
10. Информация о состоянии здоровья	27%	30%	15%	10%
11. Информация о зарплате, доходах	23%	35%	15%	14%
12. Информация об имуществе	23%	45%	15%	10%
13. Вероисповедание	23%	30%	8%	10%
14. Музыкальные предпочтения	41%	45%	27%	29%
15. Политические взгляды	27%	25%	19%	14%
16. Данные о покупках, тратах	23%	30%	12%	19%

Ежедневно социальные сети аккумулируют широкий комплекс персональных данных пользователей, от личных переписок до данных банковских карт. В связи с этим администрации большинства сетевых платформ предусмотрели возможность использования разных режимов приватности на выбор самого пользователя. Наибольшую открытость в этом вопросе продемонстрировали муниципальные служащие, члены политических партий и общественных объединений, 50% экспертов из числа которых сделали информацию из личных страниц доступной для всех участников сетевого сообщества, в то время, как госслужащие – 32%, а представители науки и образования – 29%.

Таблица 2. Распределение ответов участников массового исследования на вопрос «Согласны ли Вы предоставить органам власти следующие данные, размещённые в сети Интернет, для использования в обобщенном виде для принятия решений?» / Distribution the answers of the participants of the mass survey to the question: «Do you agree that the authorities will be able to collect the following personal data of citizens on the Internet for analysis and decision-making?»

	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
1. Пол	71%	24%	5%
2. Возраст	65%	31%	4%
3. Семейное положение	53%	40%	7%
4. Место проживания	33%	60%	8%
5. Образование	61%	30%	8%
6. Место работы	33%	54%	13%
7. Должность	35%	51%	13%
8. Фотографии	18%	67%	15%
9. Данные геолокации	15%	72%	13%
10. Информация о состоянии здоровья	17%	71%	12%
11. Информация о зарплате, доходах	18%	73%	9%
12. Информация об имуществе	18%	73%	9%
13. Вероисповедание	40%	53%	8%
14. Музыкальные предпочтения	50%	42%	9%
15. Политические взгляды	31%	57%	12%
16. Данные о покупках, тратах	15%	74%	11%

Большинство государственных служащих выбрали режим приватности «доступна только друзьям» – 55%, среди муниципальных служащих данный показатель достиг 40%, членов партий и общественных объединений – 46%, представителей науки и образования – 57%. Доступной только избранным собственные аккаунты сделали 5% муниципальных служащих и 4% членов политических партий и общественных объединений.

Наивысший уровень приватности «не доступна никому» установили 9% государственных служащих и 5% представителей сферы науки и образования. Не пользуются социальными сетями: 5% экспертов из числа госслужащих, 5% муниципальных служащих и 10% сотрудников научных и образовательных организаций.

Непосредственно сами пользователи социальных медиа показали гораздо большую осторожность в обнародовании личных профилей в социальных медиа. Так, режим «доступна всем пользователям» установили только 34% молодёжи, 31% средней возрастной группы и 40% пожилых респондентов. При этом полностью недоступной информацию сделали 4% молодёжи, 3% средней группы и 2% пенсионеров. Подробное распределение результатов представлено на Рисунке 4.

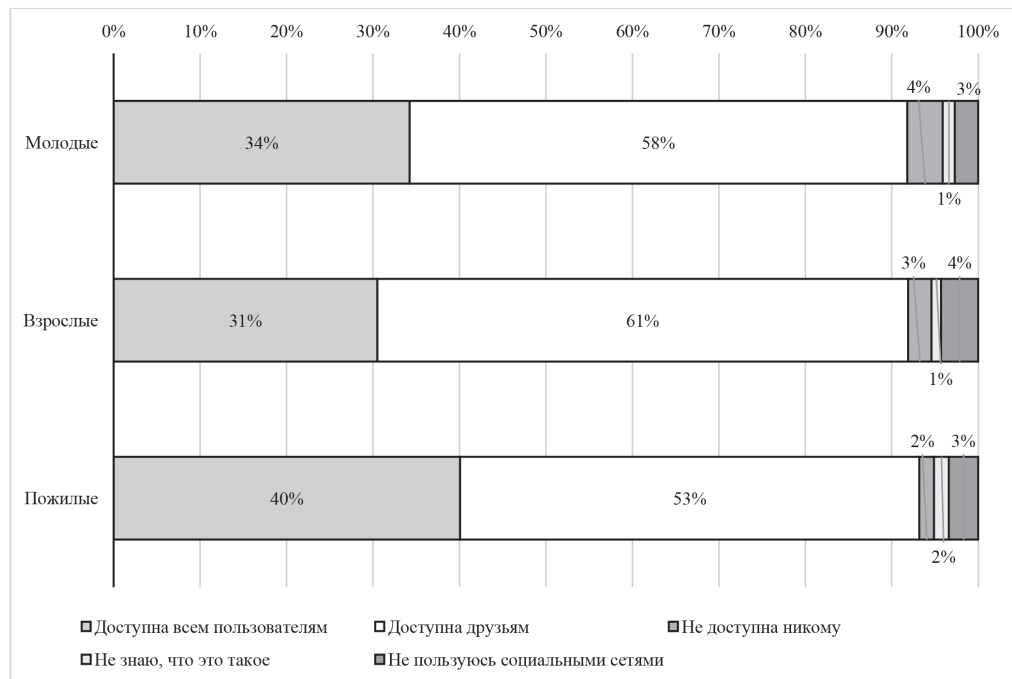


Рисунок 4. Возрастная структура распределения ответов респондентов на вопрос «Какую степень приватности Вы выбираете для своей страницы в социальных сетях?» /

Age structure of the distribution of respondents' answers to the question «What degree of privacy do you choose for your page on social networks?»

Вопрос приватности в социальных медиа напрямую связан со служебной и трудовой деятельностью, которую осуществляют граждане. Если блогеры, журналисты и депутаты, как правило, стремятся к максимальной публичности, то сотрудники правоохранительных органов личную информацию в открытом доступе размещают крайне редко. Большинство экспертов поддержали возможность введения запрета на раскрытие в сети Интернет и социальных сетях информацию о службе для военнослужащих (54%) и полицейских – 50%, при этом аналогичные меры считают недопустимыми для государственных служащих – 60%, муниципальных служащих – 55%, представителей бюджетной сферы – 49%, судей – 48% и депутатов – 58%.

Мнение участников массового опроса по ряду позиций оказалось сопоставимым. Так, большинство респондентов поддержали введение запрета на раскрытие служебной информации в социальных сетях для военнослужащих – 55%, сотрудников полиции – 53% и судей – 49%. Противоположное мнение большинство участников опроса высказали в отношении депутатов – 52%, работников

коммерческих организаций – 44%, сотрудников бюджетных организаций – 48% и муниципальных служащих – 45%.

Однозначное мнение не сформировалось только в отношении государственных служащих: 45% – против и 44% – «за».

Неоднозначным оказалось и распределение мнения экспертного сообщества по вопросу запрета на размещение в сети Интернет информации об имуществе высших должностных лиц государства. Подробное распределение представлено Таблице 3.

Таблица 3. Распределение ответов экспертов на вопрос «Как вы относитесь к инициативе запрета размещения информации об имуществе высших должностных лиц государства в сети Интернет?» / Distribution of experts' answers to the question «How do you feel about the initiative to ban the posting of information about the property of high-ranking government officials on the Internet?»

	Государственные служащие	Муниципальные служащие	Члены политических партий и общ. объединений	Представители науки и образования
Полностью одобряю	14%	20%	15%	19%
Скорее одобряю	23%	20%	15%	0%
Скорее не одобряю	41%	10%	23%	48%
Совершенно не одобряю	18%	45%	38%	24%
Мне все равно	5%	5%	8%	9%

Полностью одобряют данную меру только 17% экспертов; скорее одобряют, чем нет – 15%. Совершенно не одобряют – 31% экспертов, скорее не одобряют – 30%. Затруднились с ответом – 7%. Наибольшую лояльность к инициативе продемонстрировали муниципальные и государственные служащие – 40% и 37% соответственно, в то время, как 72% представителей сферы науки и образования и 61% членов политических партий и общественных объединений восприняли её отрицательно.

Ключевым инструментом разграничения личного и общественного в медиапространстве эксперты считают специальную нормативно-правовую базу. За её создание выступили 66% участников исследования, в то время, как против подобной меры высказались только 13%.

Поддержали необходимость дополнительного нормативно-правового регулирования и участники массового опроса, за эту меру высказались 48% респондентов, против – 19%. Стоит отметить, что наибольшую целесообразность в данной мере увидели граждане средней возрастной группы, а также жители населённых пунктов районного и сельского уровня. Подробное распределение.

Выводы. Таким образом, сегодня продолжает сохраняться актуальность проблемы обеспечения всесторонней защиты личных данных граждан, поскольку их разглашение может привести к нанесению значительного репутационного или финансового ущерба. В этом контексте в общественном сознании актуализирует вопрос границ публичного и частного использования персональной информации. Проведённый массовый и экспертный опрос о границах приватности и публичности персональных данных в цифровом сетевом пространстве показал следующее:

- с неправомерным использованием в сети Интернет конфиденциальных сведений сталкивались практически 2/3 граждан, наиболее остро эта проблема стоит в столичных мегаполисах; экспертное мнение подтверждает правомерность данной проблемы;

- большинство экспертов и участников массового опроса осведомлены о том, что Интернет-сайты, социальные сети и поисковые системы могут собирать данные для веб-аналитики;

- одновременно с этим большинство участников исследования считают возможной передачу персональных данных органам власти в обобщённом виде для принятия управленческих решений сведений о месте проживания, возрасте, семейном положении, образовании и половой принадлежности; наиболее закрытыми для анализа стали сведения о покупках и тратах, геолокации и состоянии здоровья;

- режим приватности в социальных сетях зависит от уровня публичности человека: для государственных служащих, членов партий и общественных объединений, представителей науки и образования он выше, чем для рядовых граждан; при этом в последнем случае много зависит от знания о возможности установления приватности информации для социальных сетей;

- большинство экспертов и рядовых граждан поддержали возможность введения запрета на раскрытие в сети Интернет и социальных сетях информацию о службе для военнослужащих и полицейских, при этом аналогичные меры считают недопустимыми для государственных служащих, муниципальных служащих, представителей бюджетной сферы и депутатов; только относительно судей мнение населения и экспертов не совпало: первые считают не допустимым, а вторые – возможным;

Ключевым инструментом разграничения личного и общественного в медиапространстве должна стать специальная нормативно-правовая база, за создание которой выступила 2/3 экспертов и почти половина граждан.

Источники

Воронина И.А. (2019). Обеспечение информационной безопасности в Российской Федерации: проблемы законодательного регулирования // Юридические науки, правовое государство и современное законодательство. Сборник статей VI Международной научно-практической конференции. Пенза: Наука и Просвещение. С. 123-129.

Горбунов А.С. (2018). Личность и цифровые технологии в информационном массовом обществе // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. № 4. С. 8-16.

Дементьев С.А. (2017). Анализ информационной безопасности современного общества: от дисциплинарных методологических подходов к трансдисциплинарному // Общество и право. № 4 (62). С. 249-253.

Диев В.С. (2007). Некоторые концептуальные подходы к определению понятия «безопасность» // Вестник НГУ. Серия: Философия. Т. 5. № 1. С. 65-68.

Докучаев В.А., Маклачкова В.В., Статьев В.Ю. (2020). Цифровизация субъекта персональных данных // Т-Сотм: Телекоммуникации и транспорт. Том 14. №6. С. 27-32.

Каргаполова Е.В., Каргаполов С.В., Давыдова Ю.А., Дулина Н.В. (2020). Информационные компетенции молодежи в условиях цифровизации общества // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2020. Т. 13. № 3. С. 193-210.

Кривоухов А.А., Зотов В.В. (2017). Информационная безопасность как антропосоциотехнический феномен // Коммуникология. Т.5. №4. С. 71-81.

Шкудунова Ю.В. (2007). Концептуальная основа «публичности» и «приватности» // Вестник Омского университета. № 4. С. 65-68.

Babintsev V.P., Sapryka, V.A. (2013). Opportunities of sociology in the time of troubles // World Applied Sciences Journal, Vol. 26. Issue 12. P. 1535-1537.

■ ■ ■ Balance of Private and Public in the Use of Personal Data in the Digital Network Space¹

Zotov V.V.¹, Gubanov A.V.²

1. Moscow Institute of Physics and Technology (National Research University), Moscow, Russia.

2. Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

Abstract. The relevance of the study is determined by the need to ensure the comprehensive protection of citizens' personal data, since their disclosure can lead to significant reputational or financial damage. In this context, the analysis of the boundaries of public and private in public consciousness takes on a special meaning. In a mass and expert survey conducted on this issue, it was found that almost 2/3 of citizens were faced with the misuse of confidential information on the Internet. But most experts and participants in the mass survey are aware that Internet sites, social networks and search engines can collect data for web analytics. At the same time, most participants in the study consider it possible to transmit personal data to the authorities in a generalized form for making managerial decisions about the place of residence, age, marital situation, education and gender; the most closed for analysis were information on purchases and spending, geolocation and health. The privacy regime in social networks depends on the level of publicity of a person: for state employees, members of parties and public associations, representatives of science and education, it is higher than for ordinary citizens (for them it depends on knowledge of such a possibility of setting social networks). Most experts and ordinary citizens supported the possibility of introducing a ban

¹ The reported study was funded by the Russian Foundation for Basic Research (RFBR) and the Expert Institute for Social Research (EISR) according to the research project № 20-011-31535 «Public governance in a digital society: towards a new social contract».

on the disclosure on the Internet and social networks of information about service for military and police personnel, while similar measures are considered unacceptable for government officials, municipal employees, representatives of the public sector and deputies; only regarding judges, the opinion of the population and experts did not coincide: the former consider not acceptable, and the latter – possible. It can be assumed that the digitalization of society does not aggravate the problem of demarcation of private and public. However, a key tool for distinguishing between personal and public in the media space is the creation of a special regulatory framework.

Keywords: digital network space, public governance, public communications space, private sphere, public sphere, personal data

For citation: Zotov V.V., Gubanov A.V. (2021). Balance of private and public in the use of personal data in the digital network space. *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 2. P. 15-30. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-15-30.

Inf. about the authors: Zotov Vitaliy Vladimirovich – D.Sc.(Soc.), Prof., Professor at the Department of Philosophy, Moscow Institute of Physics and Technology (National Research University); Gubanov Alexander Vladimirovich – Cand.Sc.(Soc.), Belgorod State National Research University. Address: 141701, Russia, Moscow region, Dolgoprudny, Institutskii per., 9. E-mail: zotov.vv@mipt.ru; aleksandrgubanov1@mail.ru.

Received: 01.03.2021. *Accepted:* 21.03.2021.

References

- Voronina I.A. (2019). Ensuring information security in the Russian Federation: problems of legislative regulation. In: Legal sciences, the legal state and modern legislation. Collection of articles of the VI International Scientific and Practical Conference. Penza: Science and Enlightenment. P. 123-129 (In Rus.).
- Gorbunov A.S. (2018). Personality and digital technologies in the mass information society. *Bulletin of Moscow State Regional University. Series: Philosophical Sciences*. No. 4. P.8-16 (In Rus.).
- Dementyev S.A. (2017). Analysis of information security of modern society: from disciplinary methodological approaches to transdisciplinary. *Society and law*. Vol. 4 (62). P.249-253 (In Rus.).
- Diev V.S. (2007). Some conceptual approaches to the definition of «security». *NSU Bulletin. Series: Philosophy*. Vol. 5. No 1. P. 65-68 (In Rus.).
- Dokuchaev V.A., Maklachkova V.V., Statev V.Yu. (2020) Digitalization of the personal data subject. *T-Comm*. Vol. 14. No.6, P. 27-32 (in Rus.).
- Kargapolova E.V., Kargapolov S.V., Davydova Ju.A., Dulina N.V. (2020). Information competences of young people within digitalization of society. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*. Vol. 13. No 3. P. 193-210 (In Rus.).
- Krivoukhov A.A., Zotov V.V. (2017). Information security as an anthroposociotechnical phenomenon. *Communicology*. Vol.5. No.4. P. 71-81. (In Rus.).
- Shkudunova Yu. V. (2007) Conceptual framework of «publicity» and «privacy». *Herald of Omsk University*, Vol. 4. No 46. P. 65-68 (In Rus.).
- Babintsev, V.P., Sapryka, V.A. (2013) Opportunities of sociology in the time of troubles. *World Applied Sciences Journal*. Vol. 26. Issue 12. P. 1535-1537.

■ ■ ■ Возникновение сложной диалоговой коммуникации: «пациент – врач – ИТ-специалист»

Ракова К.В.

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России (МГИМО), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена стремительным ускорением социальных процессов в обществе под воздействием цифровизации, которая повлияла на ключевые сферы жизнедеятельности человека, включая медицину. Пандемия коронавирусной инфекции стала одним из основных факторов перехода на цифровые средства коммуникации, особенно в системе здравоохранения. В статье рассматривается воздействие цифровых технологий на процесс предоставления медицинских услуг, а также анализируется усложнение характера коммуникации между врачом и пациентом и специалистом по ИТ-технологиям. Автор обосновывает, что использование высокотехнологичного программного обеспечения в медицине вызвало необходимость создания междисциплинарных образовательных программ по подготовке специалистов как в медицине, так и в сфере информационных технологий. Одной из профессий будущего становится ИТ-медик, специализирующийся на создании цифровых медицинских программ с использованием алгоритмов искусственного интеллекта. В ходе исследования было выявлено возникновение сложной диалоговой коммуникации «пациент – врач – ИТ-медик» при предоставлении медицинских услуг. В статье рассматривается амбивалентное влияние цифровизации на сферу предоставления медицинских услуг.

Ключевые слова: здравоохранение, информационные технологии, искусственный интеллект, ИТ-медик, онлайн-лечение, телемедицина, цифровизация, человеческий капитал

Для цитирования: Ракова К.В. Возникновение сложной диалоговой коммуникации: «пациент – врач – ИТ-специалист» // Коммуникология. 2021. Том 9. № 2. С. 31-40. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-31-40.

Сведения об авторе: Ракова Кристина Викторовна – аспирант кафедры социологии МГИМО МИД России. Адрес: 119571, Россия, г. Москва, проспект Вернадского, 76. E-mail: kr.v.rakova@my.mgimo.ru.

Статья поступила в редакцию: 20.03.2021. *Принята к печати:* 17.04.2021.

Согласно постулату «стрелы времени», выдвинутому лауреатом Нобелевской премии И.Р. Пригожиным, реалии современного мира, как и социальные процессы в обществе, усложняются и ускоряются одновременно: «...Стрела времени проявляет себя лишь в сочетании со случайностью. Только в том случае, когда система ведет себя достаточно случайным образом, в ее описании возникает различие между прошлым и будущим и, следовательно, необратимость...»

[Пригожин: 24]. Внедрение цифровых технологий, функционирующих на основе алгоритмов искусственного интеллекта, в ключевые сферы жизнедеятельности людей оказывает амбивалентное влияние на общество [Merton]. Цифровизация не только предоставляет новые возможности, но и ставит перед различными социальными группами вызовы нового толка, создает реальные и инсценированные риски [Beck]. Непреднамеренные последствия внедрения цифровых технологий невозможно предотвратить заблаговременно ввиду становления сложной современной социо-техно-природной реальности, развивающейся нелинейно [Кравченко 2019: 65].

Стремительное распространение коронавирусной инфекции в 2020 году стало «катализатором» процесса цифровизации, о чем заявил главы Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации М.И. Шадеев на инвестиционном форуме «ВТБ Капитала» «Россия зовет», посвященному новым глобальным вызовам с нелинейными последствиями: «... Коронавирус позволил сильно увеличить темпы движения по этому пути (цифровизации – ред.). Административные барьеры, которые казались нам нерушимыми, в этот момент максимально быстро рассыпались. Многие вещи, которые достаточно долго обсуждались, оказались быстро возможными к реализации на практике...»¹. Авторы современных зарубежных исследований подчеркивают, что пандемия коронавирусной инфекции ускорила процесс цифровизации основных медицинских практик: от проведения клинических испытаний до оказания медицинской помощи [Gordon, Coravos, Stern].

В 2020 году были опубликованы результаты исследования, в рамках которого российские ученые оценили качество платной телемедицинской консультации типа «пациент – врач» с использованием методологии симулированных пациентов. Исследователи направили двух симулированных пациентов в четыре онлайн-сервиса по предоставлению дистанционной консультации врача (в первых двух онлайн-сервисах телемедицинская консультация проводилась с использованием аудиосвязи, в остальных двух – посредством онлайн-чата). Результаты исследования показали, что из 8 проведенных телеконсультаций не было зарегистрировано ни одного случая с корректным и полноценным сбором информации о пациенте, необходимой для эффективной онлайн-диагностики здоровья больного: «...В 100,0% случаев собраны только жалобы и анамнез болезни. Целевой диагноз достигнут в 25,0%, а целевые назначения сделаны в 50,0% случаев. Очный прием, а также дополнительные обследования рекомендованы в 75,0% телеконсультаций. Вопросы профилактики озвучивались только в 25,0% случаев. В той или иной форме медикаментозные препараты рекомендовались в 62,5% телеконсультаций...» [Морозов, Владимирский, Сименюра]. Авторы

¹ В Минцифры оценили влияние пандемии на темпы цифровизации в России // РИА Новости, 30 октября 2021 года [эл. ресурс]: <https://ria.ru/20201030/tsifrovizatsiya-1582313698.html> (дата обращения: 28.03.2021).

исследования пришли к выводу о том, что для повышения качества предоставления онлайн-консультаций типа «врач – пациент» необходимо разработать систему внутреннего и ведомственного контроля качества предоставления медицинских услуг в цифровом формате. Сформулированные учеными выводы можно сопоставить с результатами исследования, которые показали, что современные врачи указывают на следующие риски онлайн-консультаций «врач – пациент»: «...несвоевременное оказание помощи, постановка неверного диагноза, самолечение пациентов...», в то время как 34,5% медицинских работников и 44,8% студентов медицинских вузов не одобряют практику онлайн консультаций и считают, что эффективная онлайн-диагностика здоровья возможна исключительно при предварительном очном приеме у врача, с которым в дальнейшем будут проводиться удаленные консультации [Павленко, Петрова: 105].

В феврале 2021 года австралийские ученые опубликовали исследование, посвященное внедрению алгоритмов искусственного интеллекта в систему здравоохранения. В рамках исследования авторы провели онлайн-опрос студентов и стажеров специализированных медицинских колледжей по трем направлениям подготовки: офтальмология, радиология и дерматология. Результаты опроса показали, что 449 респондентов из 632 опрошенных (около 71%) полагают, что искусственный интеллект усовершенствует сферу медицины, а также трансформирует рынок труда медицинских работников в течение следующего десятилетия. Наибольшее опасение у респондентов вызвал тезис о передаче системы здравоохранения в ведение ИТ-компаний и вопросы о медицинской ответственности. Авторы подчеркивают необходимость проведения научных конференций и семинаров, посвященных внедрению технологий искусственного интеллекта в сферу медицины, и обновления образовательных программ по междисциплинарной подготовке медицинских работников [Scheetz, Rothschild, McGuinness].

В декабре 2018 года группа ученых из Австралии, Великобритании, Ирландии и Канады опубликовали статью, посвященную вопросам внедрения алгоритмов искусственного интеллекта и машинного обучения в медицину. Зарубежные исследователи изучили общие алгоритмы машинного обучения, используемые в медицине, и рассмотрели перспективы их использования в системе здравоохранения. По мнению авторов статьи, технологии искусственного интеллекта и машинного обучения будут способствовать разработке цифровых помощников-ассистентов для медицинских работников, а не созданию автономных электронных врачей (e-doctors). Таким образом, медицинским работникам необходимо подробно ознакомиться с основными метриками машинного обучения и принципами функционирования алгоритмов искусственного интеллекта для того, чтобы не остаться позади процесса интеграции передовых информационных технологий в современную медицину [Handelman et al.].

В феврале 2021 года турецкие ученые опубликовали исследование, в рамках которого разработали шкалу готовности студентов-медиков к внедрению искусственного интеллекта в медицину (Medical artificial intelligence readiness scale for

medical students – MAIRS-MS). Данная шкала признана валидным и надежным инструментом оценки и мониторинга уровня готовности студентов медицинских вузов к цифровым технологиям и приложениям и может использоваться медицинскими образовательными учреждениями для разработки учебных программ с учетом актуальных потребностей студентов и их будущих пациентов. Авторы считают, что искусственный интеллект не способен полностью заменить врачей, однако настаивают на том, что высокотехнологичные программы с использованием алгоритмов искусственного интеллекта смогут выполнять многие обязанности медицинских работников и создадут новые задачи в процессе предоставления медицинских услуг. Турецкие исследователи подчеркивают, что для того, чтобы быть готовым к новым вызовам цифровизации в медицине, врачи должны знать не только основы искусственного интеллекта и цифровых технологий, но и релевантные этические и медико-правовые аспекты применения цифровых технологий при оказании медицинских услуг [Karaca, Çalışkan, Demir].

Благодаря революции коммуникационных средств и техники возникают новые структуры коммуникации и повышается комплексность всей коммуникационной экономики общества [Бехманн: 117]. Анализируя внедрение цифровых технологий в систему здравоохранения через призму структуралистского конструктивизма, мы можем выделить «поле» предоставления медицинских услуг, которое традиционно включало в себя двухстороннюю (с двумя действующими агентами) коммуникацию типа «врач – пациент» и поле информационных технологий [Бурдые 2005]. В связи с внедрением цифровых технологий в сферу медицины, врач оказался на пересечении двух полей: медицины и информационных технологий (см. рисунок 1).

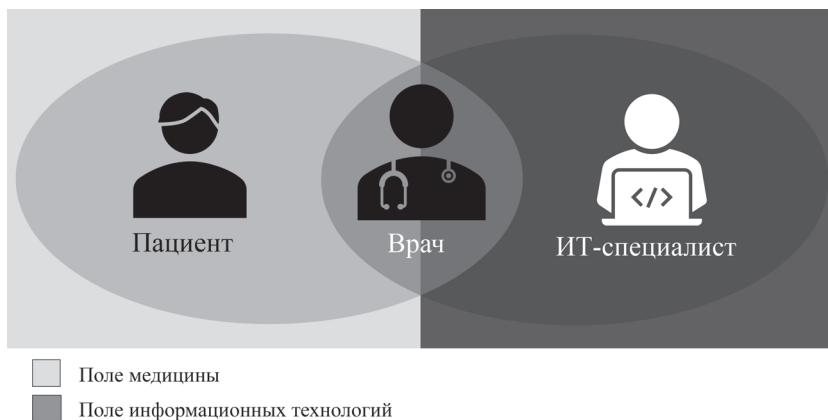


Рисунок 1. Позиция врача на стыке медицины и информационных технологий в условиях цифровизации медицинских услуг /
Physician's position at the intersection of medicine and information technology in the context of digitalization of medical services

Позиция врача на стыке двух сфер сформировала потребность в создании новой профессии, которая включает в себя компетенции медицинского работника и ИТ-специалиста одновременно. Технологическая модернизация системы здравоохранения требует соответствующего наращивания человеческого капитала, так как создание телемедицины усложняет характер коммуникации между врачом и пациентом, добавляя нового «агента» — ИТ-медика, который занимается разработкой и внедрением медицинского программного обеспечения и баз данных, обладая знаниями как в сфере информационных технологий, так и в сфере медицины¹.

Обратимся к формуле структуралистского конструктивизма, предложенной П. Бурдьё: $\langle (\text{габитус}) \times (\text{капитал}) \rangle + \text{поле} = \text{социальные практики}$ [Bourdieu 1992: 198-201]. Под габитусом социолог понимает «...систему прочных приобретенных предрасположенностей, предназначенных для функционирования в качестве структурирующих структур, т.е. в качестве принципов, которые порождают и организуют практики и представления, которые объективно приспособлены для достижения определенных результатов...» [Бурдьё 1995: 17-18]. В концепции габитуса берутся во внимание как сознательные, так и спонтанные, импровизационные механизмы действия агентов в поле. Возникает вопрос: каким образом цифровая трансформация и появление нового агента в исследуемом нами поле влияют на социальные практики индивидов? В качестве примера такого влияния можно привести создание первой (среди медицинских образовательных учреждений в России) кафедры информационных и интернет-технологий² в МГМУ им. И.М. Сеченова, на базе которой идет подготовка принципиально новых медицинских специалистов с учетом перехода к междисциплинарности, востребованной становлением сложных реалий [Кравченко 2020]. «Помимо традиционных направлений медицины Сеченовский университет запускает смежные специальности, объединяющие классическое медицинское образование, научные исследования, биомедицину и инновационные технологии. С 2018 года ведется подготовка по новым специальностям «профессий будущего»: сетевой врач, ИТ-медик, тканевой инженер, нанофармаколог, разработчик систем «умной доставки лекарств», молекулярный диетолог, специалист по наноматериалам, специалист по управлению геномом³. Таким образом, отмечается цепь социаль-

¹ Атлас новых профессий 3.0. / под ред. Д. Варламовой, Д. Судакова. М.: Интеллектуальная Литература, 2020. С. 64.

² Первый МГМУ имени И.М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский Университет): <https://www.sechenov.ru/univers/structure/institute/institut-tsifrovoy-meditiny/kafedry-icm/kafit/> (дата обращения: 21.03.2021).

³ Молекулярный диетолог и ИТ-медик: новые специальности Сеченовского университета // ФГАОУ ВО Первый МГМУ имени И.М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский Университет). Новости. 16 октября 2018: <https://www.sechenov.ru/pressroom/news/molekulyarnyy-dietolog-i-it-medik-novye-spetsialnosti-sechenovskogo-universiteta/> (дата обращения: 21.03.2021).

ных изменений: развитие информационных технологий и цифровизация системы здравоохранения вызвали потребность в появлении новых медицинских специальностей, и как следствие, это стало фактором создания соответствующих образовательных программ по «гибридной» подготовке специалистов в области медицины и в области цифровых технологий одновременно. Это является социальной импровизацией общества и относится к конкретным акторам. «Цифровые» вызовы в сфере медицины ставят перед институтом образования новую задачу: развитие человеческого капитала современных врачей и ИТ-специалистов. Так, советник Президента РФ по развитию Интернета Г.С. Клименко поддержал инициативу кафедры информационных и интернет-технологий МГМУ имени И.М. Сеченова по проведению открытых еженедельных встреч с представителями различных направлений в сфере медицины и ИТ-специалистами, которые занимаются разработкой медицинских компьютерных программ. Участниками данных встреч могут стать сотрудники медицинских вузов, студенты и аспиранты. По словам заведующего кафедрой информационных и интернет-технологий МГМУ им. И.М. Сеченова Георгия Лебедева, проведение встреч медицинских работников и ИТ-специалистов позволит рассматривать кафедру в качестве важной коммуникационной площадки, а также внедрить в образовательный процесс новые предложения, которые облегчат взаимодействие врача и пациента и создадут практические решения для цифровой медицины¹.

Одним из примеров успешного сотрудничества медицинских работников и ИТ-специалистов, является российская компания «СП.АРМ» – разработчик новейших ИТ-решений в сфере здравоохранения. Продукт, выпускаемый компанией, представляет собой ряд полнофункциональных медицинских информационных систем qMS, которые масштабируются под любую клинику, от частной лаборатории до целого региона, и регулируют все информационно-аналитические процессы медицинского учреждения и предназначены для оказания теле-консультаций и дистанционного онлайн-мониторинга состояния пациента. Среди систем можно выделить: РМИС qMS (Региональная медицинская информационная система), МИС qMS (Полнофункциональная медицинская информационная система), ЛИС qMS (Полнофункциональная лабораторная информационная система) и др. Например, полнофункциональная МИС qMS объединяет руководителей клиник, медперсонал, лабораторные службы, страховые организации и пациентов в едином информационном пространстве, универсальном для организаций разных профилей и доступном с разных устройств². Успешное внедрение систем qMS в медицину обусловлено сотрудничеством ИТ-разработчиков и аналитиков

¹ Встречи с авторами ИТ-проектов для медицины // ФГАОУ ВО Первый МГМУ имени И.М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский Университет). Новости. 20 ноября 2017. Ссылка на источник: <https://www.sechenov.ru/pressroom/news/vstrechi-s-avtorami-it-proektov-dlya-meditsiny/>. Дата обращения: 04.04.2021.

² СП.АРМ. Медицинские информационные системы. Ссылка на источник: <https://sparm.com/products/qms/mis>. Дата обращения: 05.04.2021.

со специалистами медицинских учреждений и организаций социальной сферы. «СП.АРМ» является единственным сертифицированным консультантом международного независимого эксперта качества информатизации медицинской помощи «HIMSS Analytics» – американская некоммерческая организация, деятельность которой направлена на улучшение системы здравоохранения за счет эффективного использования информационных технологий. «HIMSS Analytics» организует ежегодные международные конференции, посвященные проблемам цифровизации медицинских услуг. Например, 17 июня 2019 года на базе «Всероссийского центра экстренной и радиационной медицины имени А.М. Никифорова» (далее по тексту – ВЦЭРМ) прошла конференция на тему: «Управление качеством медицинской помощи: международный стандарт информатизации в России». Открыли мероприятие Сергей Алексанин, Директор ФГБУ ВЦЭРМ, главный (внештатный) врач МЧС России, заслуженный врач РФ, доктор медицинских наук, профессор, врач высшей квалификационной категории и Александр Мартынов, Генеральный директор и основатель компании «СП.АРМ»¹. В конференции также приняли участие представители научно-инновационного центра «Сколково», а именно: директор по акселерации по направлению «Цифровая медицина» кластера биомедицинских технологий Сергей Воинов. Такие конференции является международной коммуникационной площадкой для сотрудничества ИТ-специалистов и медицинских работников по внедрению и разработке новейших ИТ-проектов с использованием алгоритмов искусственного интеллекта.

Цифровизация медицинских услуг напрямую связана с вопросами этики и конфиденциальности. По состоянию на 2020 год «...действующее законодательство не предусматривало контроль передачи данных о пациенте телемедицинским сервисом в иные медицинские организации» [Морозов, Владимирский, Сименюра]. Использование цифровых «облачных» хранилищ, функционирующих на основе искусственного интеллекта, ставит перед государством новую задачу – обеспечить безопасность и конфиденциальность данных, передаваемых при интернет-коммуникации типа «пациент – врач – ИТ-медик». Так, с целью правового регулирования данной сферы, 15 марта 2021 года Правительство РФ издало распоряжение внести в Государственную Думу РФ проект федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации»². Данный законопроект позволит закрепить на законодательном уровне использование высокотехнологичного медицинского программного обеспечения (цифровые базы данных, электронные медицинские карты, рентгеновские снимки и др.), одно-

¹ Во ВЦЭРМ прошла конференция при участии президента HIMSS и представителей СКОЛКОВО // Новости: <https://nrcerm.ru/departments-centers/novosti/himss-i-skolkovo/> (дата обращения: 05.04.2021).

² Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/1129501-7> (дата обращения: 16.03.2021).

временно соблюдая федеральный закон об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации¹ и федеральный закон о об информации, информационных технологиях и о защите информации².

Таким образом, стремительное распространение коронавирусной инфекции стало одной из причин ускорения цифровизации системы здравоохранения по всему миру. Внедрение цифровых технологий в сферу медицины обладает амбивалентным характером: с одной стороны высокотехнологичное медицинское программное обеспечение предоставляет медицинским работникам и пациентам новые возможности, сокращая временные и материальные затраты при предоставлении/получении медицинских услуг; с другой – возникает новая усложненная коммуникация типа «пациент – врач – ИТ-медик».

Возникла необходимость создания соответствующих образовательных программ по междисциплинарной подготовке специалистов одновременно в двух областях: в медицине и ИТ-сфере, расширив перечень новых и перспективных профессий на рынке труда.

Цифровизация системы здравоохранения по своему влиянию выходит за пределы области медицины, трансформируя процесс образования, усложняя социальную коммуникацию индивидов и обуславливая необходимость в международном сотрудничестве специалистов как сфере предоставления медицинских услуг, так и в сфере информационных технологий.

Источники

Бехманн Г. (2010). Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний. М.: Логос.

Бурдые П. (2005). Социальное пространство: поля и практики. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя.

Бурдые П. (1995) Структуры, habitus, практики // Современная социальная теория: Бурдые, Гидденс, Хабермас. Новосибирск: Издательство Новосибирского университета.

Кравченко С.А. (2020). Развитие предмета социологии: от монодисциплинарности к меж- и постдисциплинарности // Социологические исследования. № 3. С. 16-26.

Кравченко С.А. (2019). Усложняющиеся метаморфозы: социологические поиски ответов на вызовы. Монография. М.: АНО «Редакция журнала «Знание-сила».

Морозов С.П., Владимирский А.В., Сименюра С.С. (2020). Качество первичных телемедицинских консультаций «пациент–врач» (по результатам тестирования телемедицинских сервисов) // Врач и информационные технологии. № 1. С. 52–62.

Павленко Е.В., Петрова Л.Е. (2016). О готовности врачей к использованию новейших информационнокоммуникационных технологий в здравоохранении // Социологические исследования. № 4. С. 103-110.

¹ Федеральный закон от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»: https://static-0.minzdrav.gov.ru/system/attachments/attaches/000/026/119/original/Федеральный_закон_от_21_ноября_2011_г._№_323-ФЗ_.pdf?1431964401 (дата обращения 25.03.2021).

² Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/24157> (дата обращения: 25.03.2021).

- Пригожин И., Стенгерс И. (2021). Порядок из хаоса: Новый диалог человека с природой. Изд. 8. М.: Едиториал УРСС.
- Beck U. (2009). *World at Risk*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu P., Wacquant L.J. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Gordon W.J., Coravos A.R., Stern, A.D. (2021). Ushering in safe, effective, secure, and ethical medicine in the digital era. *Npj Digit. Med.* No. 4, 56.
- Handelman G.S., Kok H.K., Chandra R.V., Razavi A.H., Lee M.J., Asadi H. (2018). eDoctor: machine learning and the future of medicine. *Journal of Internal Medicine*. Vol. 282. Issue 6. P. 603-619.
- Karaca O., Çalışkan S.A., Demir K. (2021). Medical artificial intelligence readiness scale for medical students (MAIRS-MS) – development, validity and reliability study. *BMC Med Educ* No.21, 112.
- Merton R.K. (1976). *Sociological ambivalence and other essays*. New York: The Free Press.
- Scheetz J., Rothschild P., McGuinness M. et al. (2021). A survey of clinicians on the use of artificial intelligence in ophthalmology, dermatology, radiology and radiation oncology. In: *Sci Rep* 11, 5193 [access mode]: <https://doi.org/10.1038/s41598-021-84698-5>.

■ ■ ■ The Occurrence of Complex Dialogue Communication: patient – physician – IT manager

Rakova K.V.

Moscow State Institute of International Relations (MGIMO-University), Moscow, Russia.

Abstract. The rapid acceleration of social processes in society under the influence of digitalization affects the key areas of social life, including medicine. The author examines the impact of digital technologies on the provision of health care services and analyzes the nature of doctor-patient communication and its growing complexity. The use of high-tech software in medicine causes the need to create relevant educational programs for specialists either in medicine or information technology. Moreover, the digitalization of health care system makes the need in new professions more urgent. For instance, the appearance of IT-doctors, who specialize in creating digital medical programs using artificial intelligence algorithms based on medical sciences. The study reveals the emergence of a three-way communication «patient – physician – IT manager». The research dwells on the ambivalent impact of digitalization on the provision of health care services and the social stratification of individuals in society.

Keywords: artificial intelligence, digitalization, healthcare, human resources, information technologies, IT-doctor, online treatment, telemedicine

For citation: Rakova K.V. The occurrence of complex dialogue communication: patient – physician – IT manager. *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 2. P. 31-40. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-31-40.

Inf. about the author: Rakova Kristina Viktorovna – postgraduate student of the Department of sociology, MGIMO-University. Address: 119571, Russia, Moscow, Vernadsky Av., 76. E-mail: kr.v.rakova@my.mgimo.ru.

Received: 20.03.2021. *Accepted:* 17.04.2021.

References

- Beck U. (2009). *World at Risk*. Cambridge: Polity Press.
- Behmann G. (2010). *Modern society: risk society, information society, knowledge society*. Moscow: Logos (In Rus.).
- Bourdieu P. (1995) *Structures, habitus, practices* (transl.). In: *Modern social theory: Bourdieu, Giddens, Habermas*. Novosibirsk: Novosibirsk University Publishing House (In Rus.).
- Bourdieu P. (2005). *Social space: fields and practices* (transl.). Moscow: Institute of Experimental Sociology; SPb.: Aleteya (In Rus.).
- Bourdieu P., Wacquant L.J. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Gordon W.J., Coravos A.R., Stern, A.D. (2021). Ushering in safe, effective, secure, and ethical medicine in the digital era. *Npj Digit. Med.* No. 4, 56.
- Handelman G.S., Kok H.K., Chandra R.V., Razavi A.H., Lee M.J., Asadi H. (2018). eDoctor: machine learning and the future of medicine. *Journal of Internal Medicine*. Vol. 282. Issue 6. P. 603-619.
- Karaca O., Çalışkan S.A., Demir K. (2021). Medical artificial intelligence readiness scale for medical students (MAIRS-MS) – development, validity and reliability study. *BMC Med Educ* No.21, 112.
- Kravchenko S.A. (2019). *Complicated Metamorphoses: Sociological Search for Answers to Challenges*. Moscow: Znanie – Sila (In Rus.).
- Kravchenko S.A. (2020). Development of the subject of sociology: from monodisciplinarity to inter- and postdisciplinarity. *Sociological research*. No.3. P. 16-26 (In Rus.).
- Merton R.K. (1976). *Sociological ambivalence and other essays*. New York: The Free Press.
- Morozov S.P., Vladimirovsky A.V., Simenyura S.S. (2020). The quality of primary telemedicine consultations «patient-doctor» (based on the results of testing telemedicine services). *Doctor and Information Technologies*. No.1. P. 52-62 (In Rus.).
- Pavlenko E.V., Petrova L.E. (2016). On the readiness of doctors to use the latest information and communication technologies in health care. *Sociological studies*. No. 4. P. 103-110 (In Rus.).
- Prigogine I., Stengers I. (2021). *Order Out of Chaos: A New Dialogue between Man and Nature*. 8th ed. Moscow: Editorial URSS (In Rus.).

■ ■ ■ О роли пользователя и фрагментации сети

Кириллина Н.В.

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

Аннотация. В рукописи представлен критический анализ взаимосвязанных процессов: трансформации роли пользователя как непосредственно субъекта коммуникации и фрагментации среды взаимодействия. Выбор темы обусловлен такими процессами, как, во-первых, обособление национальных сегментов сети, что в последнее время достаточно активно обсуждается в контексте блокировки некоторых сайтов и vpn-сервисов в рамках обеспечения информационной безопасности, и, во-вторых, переключением пользователей с потребления крупных медиа на обособленные сообщества и платформы. Последнее связано, помимо утраты доверия к крупным медиа, с более глубинными изменениями в характере потребления информации и изменением роли пользователя – сеть становится пространством диалога, сам факт и качество продолжения которого зависят от выбора пользователя и его интерпретации. По итогам исследования показано, что, во-первых, в силу неоднородности сети в различных сегментах и в разном контексте пользователями выделяются сообщения, нехарактерные для других сегментов; во-вторых, интерактивный дискурс предопределяет выбор пользователями из массива информации тех сообщений и тем, которые им «близки» на основе их личного опыта, психоэмоционального состояния, социокультурных характеристик.

Ключевые слова: цифровые медиа, цифровая среда, интерактивная коммуникация, интерактивный диалог, цифровая культура, фрагментация сетевого пространства, коммуникация, социальная коммуникация, взаимодействие, социальный потенциал коммуникации, вовлеченность

Для цитирования: Кириллина Н.В. О роли пользователя и фрагментации сети // Коммуникология. 2021. Том 9. № 2. С. 41-49. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-41-49.

Сведения об авторе: Кириллина Наталья Владимировна – к.с.н., доцент кафедры общественных связей и медиа политики Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (ИГСУ РАНХиГС). Адрес: 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 84. E-mail: nata.kirillina@gmail.com.

Статья поступила в редакцию: 05.06.2021. *Принята к печати:* 16.06.2021.

Коммуникация в глобальной информационной сети по изначальному замыслу предполагала открытость, равный доступ и участие каждого пользователя [Berners-Lee 1999, 2019], но история развивалась иначе: сеть никогда не была глобальной ни по структуре, ни по содержанию.

В структурном отношении стоит привести, например, национальные сегменты (Китайский Интернет, Европейский Интернет, Русский Интернет – Рунет), корпоративные (Google, Yandex, Facebook и др.) и многие другие – первые ограничива-

ют доступ по соображениям безопасности (The Gold Shied Project и др.), вторые собирают данные о пользователях с целью дальнейшей капитализации. Усиление корпоративных сегментов и ответные шаги по ограничению национальных сегментов и фильтрации интернет-контента, предпринимаемые на государственном и международном уровне в целях обеспечения информационной безопасности и защиты национального суверенитета ведут к фрагментации пространства взаимодействия, в том числе т.н. balkанизации интернета. Неоднородность глобальной сети с несколькими полюсами влияния и относительно закрытыми географическими / национальными сегментами – в силу политических, экономических, технологических факторов, в т.ч. как часть мер по предотвращению информационных угроз – ведет к появлению коммуникативных барьеров и формированию относительно замкнутых сегментов, т.е. сообщение может не доходить до пользователя, или прийти с задержкой или в искаженном виде, и соответственно быть иначе воспринятым из-за названных выше ограничений.

В отношении содержания (контента), разнородность обусловлена не только и не столько названными барьерами. Не умаляя значимости политических, экономических и технических аспектов сетевой фрагментации, следует отметить, что успех сетевого взаимодействия обусловлен и социокультурными факторами. Участие пользователей в совместном создании и распространении информации позволяет людям выражать свое отношение к действительности таким образом, который был невозможен до появления интернета, что само по себе создает новый интерактивный социальный контекст.

Взаимодействие субъектов в сетевом интерактивном общении проявляется как итеративный процесс, в котором участие, опыт и совместные действия становятся центральными компонентами. Характер и степень взаимодействия между участниками интерактивного общения отражаются в соответствующих показателях – конверсии и вовлеченности, количестве и тональности «лайков» и комментариев, количестве и качестве репостов, т.е. в интерактивном общении оценка значимости информации для аудитории может производиться на основе вовлеченности аудитории в коммуникативный процесс [см., например, Johnston, Taylor]. Это неизбежно влечет за собой передачу шаблонов межличностного общения в сеть и наоборот, увеличивая неопределенность и усложняя контроль по мере распространения информации в сети. Происходит конвергенция, которая неизбежно меняет характер общения [Campbell; Flanagan], в связи с чем возникает вопрос о выявлении факторов и процессов, влияющих на возможные искажения. Сам факт поддержания и воспроизведения качественного общения становится проблемой, и эта проблема во многом связана с различиями между субъектами [Craig 2015].

Детализируя процесс сетевого интерактивного общения и связанные с ним ожидания субъектов (пользователей), мы можем предположить следующий порядок действий: отправляя сообщение, мы предполагаем (1) влияние на восприятие этого общения ряда факторов, таких как культура, личный опыт, психологи-

ческое и эмоциональное состояние адресата, информационный фон; (2) дальнейшее распространение сообщения пользователями (лайки, репосты, комментарии); (3) дальнейшее хранение / добавление / исправление: истории, которые мы рассказываем пользователю в процессе нашего взаимодействия с ним, передаются в виде множества последовательных сообщений и фрагментов, публикуются на разных сайтах и носителях и интегрируются в общий контекст; (4) вероятность искажения смысла: сообщения, передаваемые другими участниками взаимодействия, трансформируются, и эти изменения относительно плохо предсказуемы и управляемы.

В описанной последовательности важна не только обратная связь, но и возможность продолжить взаимодействие с сохранением первоначального смысла [Кириллина]. И если количественный показатель сравнительно прост в измерении, прогнозировании и активно используется практиками (показатели вовлеченности, показатели активности пользователей на сайтах и в приложениях и т.д.), то *сохранение смысла, настроения, качества сообщения, его контролируемое распределение в последующих итерациях*, остается проблемой, решение которой связано с относительной новизной и значительной неопределенностью новых практик. То есть структурное сопряжение субъектов общения внутри воспроизводящей себя системы возникает на основе опыта субъектов, участвующих в общении, и является таким опытом (практикой). Р. Крейг, размышляя над этим, предлагает полагаться на поиск взаимопонимания и опыт изучения коммуникации подлинное общение или диалог основывается на опыте прямого, непосредственного контакта с другими [Craig 1999].

Но, как известно, «глобальная деревня» не столь открыта, как мы привыкли о ней думать, и «гарантирует максимальное разногласие по всем пунктам» [McLuhan 1967: 272]. Значительная роль здесь принадлежит традициям, стереотипам, образам, которые оказались наиболее близкими пользователям в различных сегментах «глобальной деревни». Близкой по смыслу будет предложенная М. Маклюэном концепция «глобального театра» [McLuhan 1964], которая предполагает переход от «человека масс» к *вовлечению* каждого в ежедневное производство информации – то есть личный, независимый вклад каждого. Но пользователи в прямом и переносном смысле «говорят на разных языках», и из этого неизбежно рождается полисемия сетевой коммуникации. Роль пользователя во многом определяется его социокультурным происхождением. Кроме того, чем богаче письменное наследие культуры, тем сильнее его воздействие как принципа уравнивания восприятия и мышления.

Сообщения, передаваемые в сети, не существуют сам по себе, но относятся к материальному или нематериальному объекту или явлению и является его отражением (обозначением) и интерпретируется в определенном контексте – лингвистическом [Saussure] или культурном [Barthes; Лотман]. Если рассматривать сообщение как сложный знак с присущими ему многозначностью, сложностью композиции, сочетанием визуальных и текстовых элементов, которые предподре-

деляют восприятие информации, ее эмоциональное воздействие и потенциал к дальнейшему распространению пользователями, то мы снова вынуждены обращаться к *роли пользователя* в распространении сообщений [см. Peirce], которая состоит в том, что именно пользователь в итоге решает, будет ли информация распространяться дальше.

Тартуская семиотическая школа [Лотман 2010; Torop, Lotman, Kull] интерпретирует знаковую систему в первую очередь в связи с культурой, а культура интерпретируется как комплекс информации (1); сам процесс коммуникации трансформирует текст, раскрывая множество контекстов (2); основная практика взаимодействия со знаками – расшифровка, интерпретация и семиотический анализ (3). В этом тартуская школа спорит с французской (Barthes), противопоставляя текст дискурсу, когда текст изучается во внетекстовой реальности, обусловленной культурой. Дискурсы в контексте лингвистической теории Ролана Барта интерпретируются как социальные знаки (не только слова, но и изображения), наполненные социально значимыми значениями и мифическим содержанием. Но это значение изменяется в различных группах. Барт выделяет два типа сообщений: (1) бескодвое или прямое линейное сообщение, когда иконический образ в массовом общественном сознании воспринимается как аналог и копия реальности; (2) код или коннотативное сообщение, когда изображение выступает в качестве знаковой конструкции, несущей скрытые культурные значения (коннотации), сформированные с помощью коммуникативных техник. Второй тип сообщения относится к культурному и историческому контексту и генерирует образы и ассоциации, которые будут различаться в зависимости от контекста. В эссе по истории фотографии Барт обращает внимание на роль культурных знаков, влияющих на процесс чтения сообщений, и размышляет о «предполагаемых знаниях читателя», которые определяют чтение, включая *удовольствие от декодирования и чтения сообщений* (обозначенные образы в «Риторике образа» [Barthes 1964: 41-42]).

Коннотации создают искажения, которые возникают по ряду причин, выходящих за рамки политических, экономических или технических: успех сетевой дипломатии обусловлен, среди прочего, социокультурными факторами. В этом смысле мы возвращаемся к концепции «глобальной деревни» [McLuhan 1962], в которой с помощью электронных средств связи и благодаря одновременному и беспрепятственному распространению контента целостная информационная картина формируется из разрозненных фрагментов информации. В этом отношении любопытно, что Маклюэн еще в 60-х годах разделил средства коммуникации на «горячие» и «холодные», где горячие СМИ должны были восполнять недостаток информации, активно вовлекая потребителя в сопереживание истории.

Сегодня вовлечение пользователей, пожалуй, синоним любой информационной (интерактивной) кампании в сети. В то же время это предполагает аналогию с традиционным пониманием общины и отсылку к особому образу жизни, традициям, культуре, собственным ритуалам и диалектам, не характерным для других

поселений. И в этом смысле понятие «общее поле глобальной культуры» [см., например, Гревцева] сталкивается с различиями субъектов общего диалога. С одной стороны, современное медиапространство действительно дает возможность мгновенно передавать информацию из любой точки мира в любые другие, а тем более открытая полемика о них с участием пользователей, с другой – глобальность «деревни» вовсе не означает единства или равенства в понимании и отношении к текущим событиям, а тем более согласия по обсуждаемым вопросам [McLuhan 1967; McLuhan & Fiore, 1968]. Результат такой фрагментации иногда обозначают как демассификацию [см. Тоффлер; Иноземцев], противопоставляя массивификации медиа и связывая с появлением большого разнообразия каналов, программ и площадок, направленных на узкие тематические и демографические группы, так и распространение новых платформ дистрибуции контента в современной медиасреде [Назаров]. М.М. Назаров в исследовании фрагментации медиа приводит т.н. феномен «длинного хвоста» (long tail) [Anderson: 100-105] и, ссылаясь на С. Андерсена, пишет об отказе большинства от массовых СМИ в пользу тематических сайтов. С поправкой на время выхода публикаций, здесь следовало бы обратить внимание на развитие интерактивных возможностей сети, но безусловно ценным в ракурсе настоящего исследования является следующее наблюдение: «образуется многообразие взаимодействующих между собой микрокультур, где каждый оказывается носителем супернишевой культуры» [Назаров: 57].

Интерактивность сетевого пространства предполагает, что пользователи относительно независимы в выборе доступной информации и её дальнейшем распространении. Если информация неясна или неинтересна, или источник информации не заслуживает доверия, или информация слишком банальна или, наоборот, слишком сложна для понимания, выбор будет сделан в пользу другого источника и другого содержания. Речь идет о конкуренции контента и конкуренции новостных статей, в которых очевидной необходимостью является не только и не столько сохранение статус-кво, но и завоевание внимания и доверия пользователей. В этом смысле интерактивный контент также актуализирует вопрос качества работы с общественным мнением – если пользователь не подписывается на канал, не ретвитит и не комментирует, то контент «мертв»¹. Это имеет определенную практическую ценность: для того, чтобы сообщение достигло своих целей, оно должно содержать информацию, позволяющую адресату применить свои предыдущие знания и наслаждаться ими. Это означает, что сообщение не должно быть ни слишком сложным, ни слишком простым. Следовательно, хорошо написанное сообщение должно содержать хотя бы минимум коннотативных знаков, отсылающих адресата к его социальному опыту и знаниям в области культуры, истории, технологий и т.д.

¹ Jenkins H. (2009). If It Doesn't Spread, It's Dead (Part One): Media Viruses and Memes. In: Confessions of an aka-fan [el. source]: http://henryjenkins.org/blog/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html (retrieved 06.06.2021).

Выводы. Во-первых, действительно интерактивный дискурс, то есть с активным участием пользователей, предопределяет выбор из массива информации сообщений (текстовых и визуальных), которые «близки» пользователю. Во-вторых, в силу неоднородности сети, в различных сегментах (и в разном контексте) будут выделяться сообщения, нехарактерные для других сегментов, а также приобретать иное содержание. Изменения, которым подвергается единица информации в определенной среде, во многом обусловлена ее характеристиками, включая социокультурные – они наполняют информацию символическим содержанием и определяют ее жизнеспособность.

Соучастие пользователя в разработке и распространении информации позволяет людям выражать свое отношение и создает новый интерактивный социокультурный контекст. Поиск понятных пользователю шаблонов и создание привлекательного контента в конечном итоге определяется активным выбором пользователя: когда информация непонятна, неинтересна, сообщение останется постом без «ретвитов» и комментариев и будет быстро забыто. Изменения, претерпеваемые единицей информации в той или иной среде, в значительной степени обусловлены характеристиками среды, в том числе историческими предпосылками и культурой. В конечном итоге, именно они наполняют распространяемую информацию символическим содержанием и определяют ее жизнеспособность. В прикладном аспекте, это выражается в способности или неспособности сообщений к созданию устойчивых образов.

Социальная фрагментация является неизбежной в организации и функционировании крупных сообществ [см., например, Pham, Kondor, Hanel, Thurner], но в применительно к сетевой коммуникации это процесс также является барьером для распространения информации и ведет к искажениям, которые ограничивают либо трансформируют процессы взаимодействия. Чтобы избежать этих нежелательных результатов фрагментации, или по крайней мере идентифицировать возможные риски, необходимо понимать механизмы, ведущие к социальной фрагментации. Глобальная сеть действительно открывает исключительные возможности коммуникации, реализация которых ограничена, помимо объективных политических и экономических факторов, пробелами в понимании происходящих процессов. Представляется, что исследования в этой области будут способствовать общему решению проблемы – как в научной сфере, так и в ее прикладных аспектах.

Источники

- Гревцева А.А. (2008). Культурная глобализация: проблемы и парадигмы // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. № 70. С. 145-148.
- Иноземцев В.Л. (1999). Расколотая цивилизация. М.: Academia – Наука.
- Кириллина Н.В. (2020). Источники неопределенности и применение итеративного подхода в управлении интерактивной коммуникацией в сети // Коммуникология. Том 8. №4. С. 172-179).
- Лотман Ю. (1992). Статьи по семиотике и топологии культуры. Таллин: Александра.

- Лотман Ю. (2010). Семиосфера. СПб.: Искусство-СПб.
- Назаров М.М. (2015). К вопросу о фрагментации современного медиаландшафта: теория и эмпирические результаты // Информационное общество. № 2-3. С. 57-66.
- Тоффлер Э. (2004). Постстандартизированный разум // Третья волна. Москва: АСТ.
- Anderson C. (2006). The Longer Long Tail. N.Y.
- Barthes R. (1957). Mythologies. Seuil: Paris.
- Barthes R. (1964). Rhétorique de l'image / Éléments de sémiologie, In: Communications 4, Seuil: Paris.
- Berners-Lee T. (1999). Weaving the Web: The original design and ultimate density of the World Wide Web, by its inventor Tim Berners-Lee with Mark Fischetti.
- Berners-Lee T. (2019). Contract for the WEB: A global plan of action to make our online world safe and empowering for everyone [el. source]: <https://contractfortheweb.org> (retrieved 02.06.2021).
- Campbell R. (2015). Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age. Macmillan Higher Education.
- Craig R.T. (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*. No.9 (2). P. 119-161.
- Craig R.T. (2015). The Constitutive Metamodel: A 16-Year Review. *Communication Theory*. Vol. 25, Issue 4. P. 356-374.
- Flanagin A. (2017). Online Social Influence and the Convergence of Mass and Interpersonal Communication. *Human Communication Research*. Vol. 43, Issue 4. P. 450-463.
- Johnston K., Taylor M. (2018). Engagement as Communication: Pathways, Possibilities, and Future Directions. In: Taylor M., Johnston K. (eds.) The handbook of communication engagement (Handbooks in Communication and Media). John Wiley and Sons. P. 1-15.
- Lotman Yu. (2009). Culture and Explosion (Semiotics, Communication and Cognition). Transl. W. Clark; ed. M. Grishakova. De Gruyter Mouton.
- McLuhan M. (1962). The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan M. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. McGraw-Hill.
- McLuhan M. (1967). Hot & Cool. New York: The New American Library.
- McLuhan M., Fiore Q. (1968). War and Peace in the Global Village. N.Y.
- Peirce Ch. (1902). The New Elements of Mathematics, Vol. 4. In: Parts of Carnegie Application (L 75), published in Carolyn Eisele (ed., 1976). The Hague – Paris: Mouton Publishers.
- Pham T.M., Kondor I., Hanel R., Thurner S. (2020). The effect of social balance on social fragmentation. In: The Royal Society Publishing, 17:20200752 [access mode]: <https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rsif.2020.0752>
- Saussure F. (1983). Course in General Linguistics. Ed. Ch. Bally & A. Sechehaye; transl. R. Harris. La Salle, Illinois: Open Court.
- Torop P., Lotman M., Kull K., eds. (2001). *Sign Systems Studies*. Vol. 29.1. Tartu University Press.

■ ■ ■ On User Roles and Fragmentation of the Global Network

Kirillina N.V.

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia.

Abstract. The paper represents a critical analysis of interrelated processes: transformation of the user's role as direct subject of communication and fragmentation of the environment of interaction. The choice of the topic is conditioned by (1) the emergence of national network segments, which has recently been quite actively discussed in the context of blocking sites and VPN services as a measure for the protection of information security, and (2) users switching from the consumption of large media to isolated communities and platforms. The latter is associated, in addition to the loss of trust in major media, with deeper changes in the nature of information consumption and a change in the user's role: the network becomes a space of dialogue, where the very fact and quality of its continuation depends on the user's choice and his interpretation. According to the results of the study, it is shown that, firstly, due to the heterogeneity of the network in different segments and in different contexts, users may select messages untypical for other segments; secondly, interactive discourse predetermines the users' choice from the array of information of those messages that seem «close» to users on the basis of their personal experience, psycho-emotional state, socio-cultural characteristics. The changes that a unit of information undergoes in a certain environment are determined by the characteristics of the environment, including sociocultural ones – they fill messages with symbolic content and determine their viability / potential to further dissemination in media space.

Keywords: interactive communication, digital environment, fragmentation of the network space, social fragmentation, social communication, interaction, communicative engagement

For citation: Kirillina N.V. (2021). On user roles and fragmentation of the global network. *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No.2. P. 41-49. DOI 10.21453 / 2311-3065-2020-9-2-41-49.

Inf. about the author: Kirillina Natalia Vladimirovna – Cand. Sc. (Soc.), associate professor at the department of public relations and media policy, RANEP. Address: 119571, Russia, Moscow, Venadsky ave, 84. E-mail: nata.kirillina@gmail.com.

Received: 05.06.2021. *Accepted:* 16.06.2021.

References

- Anderson C. (2006). *The Longer Long Tail*. N.Y.
Barthes R. (1957). *Mythologies*. Seuil: Paris.
Barthes R. (1964). *Rhétorique de l'image / Éléments de sémiologie*, In: *Communications* 4, Seuil: Paris.
Berners-Lee T. (1999). *Weaving the Web: The original design and ultimate density of the World Wide Web*, by its inventor Tim Berners-Lee with Mark Fischetti.
Berners-Lee T. (2019). *Contract for the WEB: A global plan of action to make our online world safe and empowering for everyone* [el. source]: <https://contractfortheweb.org> (retrieved 02.06.2021).

- Campbell R. (2015). *Media & Culture: Mass Communication in a Digital Age*. Macmillan Higher Education.
- Craig R.T. (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*. No.9 (2). P. 119-161.
- Craig R.T. (2015). The Constitutive Metamodel: A 16-Year Review. *Communication Theory*. Vol. 25, Issue 4. P. 356-374.
- Flanagin A. (2017). Online Social Influence and the Convergence of Mass and Interpersonal Communication. *Human Communication Research*. Vol. 43, Issue 4. P. 450-463.
- Grevtseva A.A. (2008). Cultural globalization: problems and paradigms. *Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*. No. 70. P. 145-148 (In Rus.).
- Inozemtsev V.L. (1999). A shattered civilization. M.: Academia – Nauka (In Rus.).
- Johnston K., Taylor M. (2018). Engagement as Communication: Pathways, Possibilities, and Future Directions. In: Taylor M., Johnston K. (eds.) *The handbook of communication engagement (Handbooks in Communication and Media)*. John Wiley and Sons. P. 1-15.
- Kirillina N.V. (2020). Sources of uncertainty and application of iterative approach in interactive communication campaigns (research and practice). *Communicology (Russia)*. Vol. 8. No.4. P. 172-179 (In Rus.).
- Lotman Yu. (1992). Articles on semiotics and topology of culture. Tallin (In Rus.: Лотман Ю. Статьи по семиотике и топологии культуры. Таллин: Александра).
- Lotman Yu. (2009). *Culture and Explosion (Semiotics, Communication and Cognition)*. Transl. W. Clark; ed. M. Grishakova. De Gruyter Mouton.
- Lotman Yu. (2010). *Semiosphere*. Saint-Petersburg (In Rus.).
- McLuhan M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill.
- McLuhan M. (1967). *Hot & Cool*. New York: The New American Library.
- McLuhan M., Fiore Q. (1968). *War and Peace in the Global Village*. N.Y.
- Nazarov M.M. (2015). On the issue of fragmentation of the modern media landscape: theory and empirical results. *Information Society*. No. 2-3. P. 57-66 (In Rus.).
- Peirce Ch. (1902). *The New Elements of Mathematics*, Vol. 4. In: *Parts of Carnegie Application (L 75)*, published in Carolyn Eisele (ed., 1976). The Hague – Paris: Mouton Publishers.
- Pham T.M., Kondor I., Hanel R., Thurner S. (2020). The effect of social balance on social fragmentation. In: *The Royal Society Publishing*, 17:20200752 [access mode]: <https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rsif.2020.0752>
- Saussure F. (1983). *Course in General Linguistics*. Ed. Ch. Bally & A. Sechehaye; transl. R. Harris. La Salle, Illinois: Open Court.
- Toffler E. (2004). *Post-Standardized Mind*. In: *Third Wave (transl.)*. Moscow: AST (In Rus.).
- Torop P., Lotman M., Kull K., eds. (2001). *Sign Systems Studies*. Vol. 29.1. Tartu University Press.

СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ

SOCIOLOGY OF CULTURE

■ ■ ■ «Общественный диалог» в социокультурной среде и его управленческие перспективы в коммуникационной теории У.Б. Пирса и В.Э. Кронена (продолжение)¹

Андриянова Т.В.

Курский государственный университет, Курск, Российская Федерация.

Аннотация. Управленческие перспективы концепции «общественного диалога» раскрываются в статье на основе вторичных данных проекта г. Купертино (штат Калифорния, США), осуществленного в 90-х годах XX века исследовательской группой под руководством У.Б. Пирса и В.Э. Кронена. Взгляд на теорию координированного управления смыслом как на концептуальную основу данного проекта позволил авторам сосредоточить свое внимание на козволюции ее методологических основ и эмпирического потенциала, что нашло свое выражение в разработке критериев оценки любой практической теории и совершенствовании ее понятийного аппарата. Обозначенные авторами как «грамматика СММ» шесть ключевых принципов: координация, формы коммуникации, событие (случай), силы логики, позиция личности-посредника и контекстуальная реконструкция позволяют шире взглянуть на возможности современного поля научного дискурса и коммуникативный процесс в целом. Рассчитанный на долговременную перспективу общественный диалог позволяет гармонизовать интересы разных социальных групп не за счет одностороннего управленческого воздействия, а счет возможности всем стейкхолдерам включиться в конструктивный диалог. В качестве основного эмпирического метода здесь выступает контекстуальная реконструкция событий (фокус-группы, групповые дискуссии и т.д.) с привлечением фигуры-посредника (модератора).

Ключевые слова: коммуникационная теория, общественный диалог, управление, «теория координированного управления смыслом», общество

Для цитирования: Андриянова Т.В. «Общественный диалог» в социокультурной среде и его управленческие перспективы в коммуникационной теории У.Б. Пирса и В.Э. Кронена (продолжение) // Коммуникология. 2021. Том 9. № 2. С. 51-66. DOI 10.21453/2311-3065-2021-9-2-51-66.

Сведения об авторе: Андриянова Татьяна Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Курского государственного университета. Адрес: 305004, г. Курск, ул. Радищева, 29. E-mail: andriyanova.tv@gmail.com.

Статья поступила в редакцию: 26.02.2021. *Принята к печати:* 12.03.2021.

¹ Первая часть исследования: Андриянова Т.В. «Общественный диалог» и его управленческие перспективы в коммуникационной теории Б. Пирса и В. Кронена // Коммуникология. 2021. Том 9. №1. С. 151-159. DOI 10.21453 / 2311-3065-2021-9-1-151-159.

Использование в коммуникативном проекте г. Купертино концепции «общественного диалога» позволило У.Б. Пирсу и В.Э. Кронену оценить уже имеющиеся достижения и более детально раскрыть центральный тезис теории координированного управления смыслом (далее теория СММ), в шести ведущих концептуальных принципах, обозначенных авторами как «грамматика СММ»: координация, формы коммуникации, событие (случай), силы логики, позиция личности-посредника и контекстуальная реконструкция. Далее в статье они изложены более подробно в контексте сопутствующих исследований, управленческих практик и основных тенденций развития интересующей нас концепции [Андриянова; Шарков].

Координация

Авторская концепция координации в теории СММ отличает ее от многих других теорий коммуникации тем, что она не использует термин «понимание» или его эффект в качестве критерия для успешного общения. Вместо этого здесь рассматривается индивид, вовлеченный в активные и реактивные действия, направленные на участие предпочтительных совместных актах коммуникации и исключенияющие те, которые не вызывают интереса [Pearce 1989 ch. 2; Pearce 1994: ch. 3]. Исследователи отмечают, что «хотя в эвристическом плане данный процесс принято обозначать термином «координация», это не означает, что люди всегда или даже обычно совместно достигают осуществления тех событий, которых они желали» [Pearce & Pearce 2000a: 410]. Основным качеством происходящих здесь событий является не суммирование продуктов взаимодействия многих сил, а ответ на ключевой для акторов вопрос: «Что мы совместно конструируем?».

В свою очередь, богатство эвристического подхода заключается здесь в понимании смысла каждого действия в определенном событии и разговоре. Пирс и Кронен приводят для описания этого процесса две типологические модели: «иерархическую модель», в которой каждый акт локализуется одновременно в серии встроженных контекстов историй о людях, отношениях, событиях и «серпантинная модель», где существует незавершенная последовательность совместно сконструированных действий [Pearce & Pearce 2000a: 410]. Если мы таким образом представим упрощенный сквозной вид одного акта в разговоре, то общий смысл здесь будет определяться его соответствующей интерпретацией и последовательностью действий, а не особенностям самого акта. Под интерпретацией в данном случае можно понимать пространство силы логики [Cronen & Pearce] и «локальные нравственные предписания» [Harre & van Langehove: 1]. Для теории СММ наиболее важным является смысл любого действия, который не может находиться под полным контролем актора и не заканчивается, после его выполнения: «наши поступки приближают смысл предыдущих поступков к завершению, и таким образом, мы участвуем в выявлении того, что уже было сделано и наоборот» [Pearce & Pearce 2000a: 410].

Отмечая существенный эвристический функционал теории СММ в межличностном общении, авторы отмечают, что в проекте г. Купертино они применили

ее как руководство к действию в поле публичного дискурса, и, соответственно, переформулировали и перенаправили смысл произошедших здесь событий. Так, действия некоторых людей в Купертино можно было бы истолковывать как obstructионистские или оппозиционные, но приходилось учитывать, что смысл их поступков оставался как-бы «незавершенным». В силу этого намерения других в их отношении и общепринятые интерпретации таких действий сознательно игнорировали и продолжали действовать таким образом, чтобы имеющиеся разногласия становились предметом для дальнейшего изучения и понимания. Авторы приводят и крайние случаи, когда в проекте отмечались действия, явно рассчитанные на оскорбление, но и на них отвечали так, как на активные предложения участвовать в проекте. Ответы в данном случае рассматривались исследователями, с одной стороны, как часть процесса, проясняющего смысл того, что другие говорили и делали и подводящего всё к завершению, а, с другой стороны, как трансформация предполагаемого смысла с целью способствования общественному диалогу. Понимание координации значительно расширилось в тот момент, когда авторам пришлось столкнуться с реалиями неравного распределения власти и препятствиями в создании процесса общественного диалога. В подтверждение они приводят слова Р. Кингстона: «Политика и диалог – это совсем не одно и то же» [Kingston: 3]. Он раскрывает этот тезис, утверждая, что сущность политики составляет осуществление власти, которое можно также понимать как соперничество, где есть сильные победители и бессильные, а значит осуществить диалог между обладающими властью и теми, у кого власти нет не представляется возможным.

В этой связи авторы поставили перед собой задачу заменить такую трактовку власти как неконструктивную для непрерывных, незавершенных взаимодействий более традиционными представлениями о том, что «властью люди обладают в большей или меньшей степени, и что властные отношения обязательно доминируют над всеми другими возможными отношениями» [Pearce & Pearce 2000a: 411]. Взяв за основу определенные «шаблоны взаимодействия» (patterns of interaction) с теми, кто так или иначе обладал или не обладал властью, исследователи нашли возможности предусмотреть каждый акт в отдельности в терминах уже имеющихся иерархической и серпантинной моделей теории СММ. Это позволило увидеть отношения власти как одну из многих возможных интерпретаций смыслов действий и помогло выявить возможности вмешательства, трансформирующие эти отношения в совместное участие в общественном диалоге, благодаря глубокому «прочтению» многочисленных, незавершенных смыслов каждого акта. В проекте г. Купертино это выглядело примерно следующим образом: на общие встречи приглашались все заинтересованные стороны, включая тех, кто обычно не разговаривал друг с другом, а сами встречи тщательно выстраивались особым стратегическим образом с использованием подготовленных модераторов, которые вмешивались в разговор для того, чтобы блокировать веду-

щую роль доминирующих, агрессивных или просто разговорчивых участников в групповых дискуссиях [Pearce & Pearce 2000a: 412].

По замечанию Пирса, ключевым здесь стал общий вопрос: «Что мы делаем вместе?», который повторялся в ходе дискуссии как своеобразная мантра и позволил использовать модели серпантина и иерархии в качестве эвристической основы для ответов на него. С целью сохранения акцента на заявленной концепции координации, была разработана сравнительная схема между понятием коммуникации в теории СММ и в «модели передачи» (Transmission Model), расширенной Пирсом по сравнению с работами 90-х годов XX века [Pearce & Pearce 2000a: 413]. Среди основных различий между этими концепциями коммуникации можно выделить переходы: от фокусировки на персонах конкретных индивидов к тому, что Р. Харри называет «присутствующий в разговоре» [Harre]; от одиночных сообщений к процессу общего «восприятия риторики» по Дж. Шоттеру [Shotter 1993]; от индивидуального интернационального или интерпретативного смысла действия к тому, что совместно «сделано» в процессе коммуникации.

Формы коммуникации

В данном разделе авторы останавливаются на трактовке форм коммуникации в рамках теории СММ, исходя из разных представлений о ней. Так, в самых ранних работах (70-е годы XX века) они противопоставляли ее понимание распространенной тогда идее коммуникации как «бесцветного», «без вкуса и запаха» средства для размышления и действия. Позднее в 80-е годы XX века развитие идеи о том, что люди создают свои социальные миры, привело к разработке концепции «форм коммуникации», утверждающей существование взаимной, причинно-следственной связи между ними и различными историческими и культурными «способами бытия человека» [Pearce, 1989].

В проекте г. Купертино в качестве теоретической рамки экспериментов была использована концептуализация теорий «многонациональной коммуникации» [Pearce 1989, 1993; Oliver] и «трансцендентного дискурса» [Pearce & Littlejohn]. С учетом того, что ранее ни одна из этих концепций не применялась к исследованию общегородских процессов, происходящих на протяжении ряда лет, авторы отобрали из них ряд соответствующих принципов: «включенность как можно большего количества акторов в поле публичного диалога; ценность умения слушать не меньше, чем умения говорить; помощь другим (особенно тем, с кем мы не согласны и кого находим неприятными) в том, чтобы быть услышанными и понятыми; использование при встречах языковых оборотов благодарности и инклюзивности, а не исключающих оборотов; отношение к разногласиям как к благоприятным моментам для исследований, а не как к препятствиям на пути достижения общего прогресса» [Pearce & Pearce 2000a: 412-413].

Результат, как наиболее приемлемую форму коммуникации, которая была движущей силой проекта, сити-менеджер Купертино Дон Браун представил в прессе достаточно красноречиво и авторы приводят фрагменты его интервью: «Момент

«прозрения» для меня наступил, когда я понял, что этот проект был направлен не на изменение сознания людей, а на расширение возможности говорить о сложных проблемах. Я также понял, что страхи и опасения людей реальны и законны, и что им нужен способ говорить о них, не боясь быть заклеенными расистами...одним из самых полезных достижений здесь было то, что людям разрешили настаивать на своем» [Pearce & Pearce 2000a: 413-414]. Как представитель власти он отметил, что заставить всех людей думать одинаково невозможно, поэтому цель здесь состоит в обеспечении места, где они, твердо придерживаясь своих взглядов, смогут высказаться и будут услышаны. В целом это способствует прояснению позиций и обнаружению в городском сообществе наличия большего количества общих ценностей, чем это представлялось ранее.

Пирс отмечает, что по мере продолжения проекта шло и совершенствование понимания общественного диалога в русле развития его различных «преломлений» [Pearce & Pearce 2000b], базирующихся, в том числе, на взглядах учёного-физика Дэвида Бома [Bohm; Gunnlaugson], известного своими работами по квантовой физике, философии и нейропсихологии, и философа Мартина Бубера [Asakaviciute]. В традиции Бома «диалог» – это существительное, обозначающее определенный эпизод общения, который группа в состоянии «сделать», при этом участники пропускают сходные вопросы для того, чтобы подумать вместе, выполняя ряд практически идентичных речевых актов. А для Бубера более уместно использовать слово «диалогический» как наречие или прилагательное, описывающее способ отношения людей друг к другу с выполнением всевозможных речевых актов. Пирс, опираясь на буберовский подход, утверждает, что условия общественного диалога образуют так называемый «волшебный контур» [Cronen, Johnson, Lannamann] между: историями «о себе» (понижаемыми как «стоять на своем»); «отношениями» (как «быть открытым для другого») и «событиями» (через совместное конструирование последовательности действий), что побуждает участников постоянно оставаться в напряженном состоянии [Pearce & Pearce 2000a: 414]. В этой связи авторы ставят вопрос о необходимости продолжения эволюции взглядов на формы коммуникации и возможностях диалогической формы в осуществлении многообразных коммуникативных актов, в сфере политики, развитии общественных институтов, планировании, зонировании и других контекстах публичного дискурса.

Событие (случай)

Рассматривая концепцию событий в русле теории СММ, Пирс и Кронен характеризуют их как ограниченные последовательности действий, имеющие начало, середину и завершение. Как правило они имеют связную повествовательную структуру, акторы-коммуникаторы обычно могут назвать события, составляющие жизнь и поместить их в ее общий сюжет [Harre & van Langenhove; Pearce 1994, ch. 4]. Сама продолжительность событий обычно определяется самими участниками, но исследователи и теоретики СММ обычно рассматривают их «как от-

носителем короткие, непрерывные шаблоны взаимодействия при личных контактах» [Pearce & Pearce 2000a: 414].

В проекте г. Купертино от исследователей потребовался в совершенно иной масштаб мышления, как с точки зрения расширения во времени, так и по количеству людей и групп, вовлеченных в события. Как метафора здесь была представлена «архитектура разговора», отражающая способ размышления о социальной системе, в которой осуществлялся проект, с особым вниманием к «концепции событий». Затем они были интегрированы в трехуровневую модель процесса общественного диалога, расширяющую концепцию события далеко за пределы ее первоначальной функции в теории СММ [Pearce & Pearce 2000a: 415]. Основные уровни и их аргументация приводятся ниже.

Уровень 1. Стратегическое проектирование процессов. Авторы отмечают, что «проектирование стратегического процесса – это самая весомая часть «концепции событий», представленная как план сознательно выбранной последовательности событий, которые отвечают существующим условиям и приводят к желаемому результату» [Pearce & Pearce 2000a: 415]. Понятно, что сам стратегический процесс может занимать от нескольких недель до нескольких лет, при этом его дизайн, безусловно, изменится. Обычно он включает в себя следующие шаги: первоначальное участие в событии соответствующих стейкхолдеров; выслушивание всех мнений; расширение контекста разговора; обсуждение вариантов; принятие решений и совместное продвижение вперед [Pearce & Pearce 2000a: 415]. Некоторые различия могут, по мнению авторов, проявляться: в местоположении лиц, принимающих решения; в сроках участия общественности; в наборе необходимых действий и коммуникативных навыков, разработанных управленцами и представителями общественности. Удовлетворенность этим процессом и готовность принять итоговый «продукт» также могут различаться. В целом, концептуализация общественных процессов как событийных структур позволяет отличать общественный диалог от других конструкций [Pearce & Pearce 2000a: 415].

Уровень 2. Конструирование события. Пирс и Кронен указывают, что каждый шаг в стратегическом проектировании общественного диалога осуществляется посредством одного или нескольких событий. Под событиями, в данном случае, понимается «последовательность действий, которые происходят в рамках одной встречи (они могут длиться менее часа или продолжаться до нескольких дней)» [Pearce & Pearce 2000a: 415]. Многие типы событий здесь можно специально упорядочить и привести к так называемым «типичным мероприятиям». В проекте г. Купертино это были фокус-группы, собрания в Ратуше, обучающие студии, общественные обсуждения, поисковые встречи с ориентацией на будущее и управляемые групповые дискуссии.

В качестве источника своих размышлений, которые привели в итоге к созданию модели, авторы отмечают процесс непосредственного наблюдения за отдельными событиями с участием общественности, проходящими с минимальной подготовкой или модерацией. Как правило, участники этих мероприятий часто

спрашивают о дальнейших шагах власти и получают довольно расплывчатые ответы, что не ведет к положительному итогу. В этой связи концепция событийной структуры дает возможность завершать предыдущее событие, предвосхищать следующее и давать ответы на искомые вопросы.

Уровень 3. Коммуникативные компетенции посредника. Как было показано выше, успех любого события частично зависит от того, как посредники (далее модераторы) реагируют в данный момент на действия участников. Исследователи выделяют два уровня компетенции модерации событий: один из них включает традиционные методы (хронометраж, обеспечение информацией, запись разговоров и контроль за тем, чтобы все участники имели достаточное «эфирное время»), а второй состоит из (ре)формулирования комментариев с использованием циклических, рефлексивных и диалогических процедур интервьюирования; позиционирования участников как «размышляющих команд» или «сторонних наблюдателей»; тренинга в участниках навыков диалогической коммуникации [Pearce & Pearce 2000a: 416] и т.д. Эти уровни имеют различия вследствие того, что некоторые активные участники общественной работы имеют принципиальные возражения против любой формы модерации. Однако Пирс считает, что уровни компетенций модерации в целом имеют решающее значение для процесса общественного диалога, причем важной здесь является буквально поминутная фиксация того, что происходит [Pearce & Pearce, 2000a: 416]. Он отмечает, что успех общественного диалога зависит от таких тонких нюансов, как, например, решение задать вопрос или сделать комментарий в определенный момент, сам способ формулировки вопроса, его своевременность и т.д. Одним из способов убедиться в этом успехе является сформированность коммуникативных компетенций посредника в стратегическом проектировании процессов и конструировании события, а другим то, что они сами призваны создать предпосылки именно для такого рода вмешательства (модерации) и вытекающей из него формы коммуникации.

Силы логики

Эта дефиниция отличает концепцию «потребности» в социальной теории Пирса и Кронена [Cronen & Pearce]. В теории СММ описывается ее сложность и изменчивость в виду возможности характеризовать индивидов в контексте того, как они «должны» поступить или, чисто технически, в рамках деонтической логики, подразумевающей, что они «должны», «могут» или «не могут делать» в конкретных ситуациях [Pearce & Pearce 2000a: 416]. В процессе работе в проекте г. Купертино, авторы убедились, насколько далека эта концепция от практики.

Изначально авторы, под воздействием достаточной распространенности этого метода среди ученых, работали с количественными и качественными способами операционализации в исследовании деонтических конструкторов «обязательно», «разрешенного», «запрещенного» и «нерелевантного». Поскольку на практике имели место ситуативные акты, а не вневременные отношения между пропози-

циями, было введено различие между будущим и прошлым в форме дихотомии между «причинным/потому что» и «интенциональным порядком» атрибуции мотивов. На основе моделей серпантина и иерархии, был разработан сложный массив «сил логики», которые конституируют момент, в котором происходит каждый акт и обозначено различие между контекстуальными, префигуративными, практическими и имплицативными силами [Pearce & Pearce 2000a: 416].

В ходе проекта г. Купертино это изначальное описание сил логики впоследствии позволило исследователям выйти на концептуальные следствия произведенных сдвигов. В качестве примера выступают две группы жителей Купертино: одни жили распространенными представлениями о прошлом города («Купертино когда-то состоял из обширных садов и несколько ферм»), в то время как другие связывали свои представления с будущим («Купертино находится на лидирующей позиции технологического развития даже в пределах Кремниевой долины, так как более чем 90% его жителей имеют доступ в интернет») [Pearce & Pearce 2000a: 417]. Авторы делают вывод, что это был не столько вопрос прочности сил логики, как изначально предполагалось, сколько воздействие, так называемых, «дискурсивных габитусов» (discursive habits). Эти габитусы, однако, обнаруживали схожий эффект конституирования того, как индивиды думали и действовали, и ограничивали их способность совместно создавать ситуации взаимодействия с другими людьми, имеющими другие габитусы [Pearce & Pearce 2000a: 417].

В целом, Пирс и Кронен зафиксировали общественную ситуацию, в которой возрастает чувствительность к габитусам людей, воспринимающих ситуации как проблемы и обвиняющих других в результатах своего собственного поведения. Британский исследователь, терапевт и семейный психиатр Элспет МакАдам¹ в этой связи задавалась вопросом, почему люди кажутся настолько восприимчивыми к тому, что она назвала «приобретённое увлечение синдромом лимитированного языка»² [Strepparava 2017-2018]. Каковы бы ни были причины, следствия этих габитусов сходны с определенными конфигурациями деонтической логики, вместе с тем они не кажутся равнозначными попыткам поколебать существующий порядок.

В результате, в проекте г. Купертино авторы стали избегать «разговоров о проблемах», формулированием вопросов с оценкой тех или иных событий [Hammond; Srivastva & Cooperrider], сознательно разрушая те дискурсы, в которых есть фигуры «обвинителей и жертв», и сосредотачиваясь на позитивных представлении-

¹ Элспет МакАдам и Вернон Кронен совместно разрабатывали различные теории на основе случаев, которые они наблюдали в Кенсингтонском консультационном центре (Великобритания), а также с учетом их опыта во время летних школ и семинаров по всему миру.

² Под «лимитированным языком» (deficit language) подразумевается ситуация, когда событие описывается человеком не насыщенным метафорами языком полностью, а в виде коротких односложных предложений. Например, человека просят описать своего коллегу, и он говорит: «конфликтный», «с ним трудно» и т.п.

ях, которые можно найти в основе даже самых настойчивых претензий. В окончательной формулировке теории СММ отождествление сил логики с деонтической логикой стало проявляться в меньшей степени, что позволило ей опираться на более общие формулировки: «локальные нравственные предписания» [Harre & van Langenhove: 1], «грамматика» конкретных историй и способов их изложения и т.д.

Позиция личности посредника и доверие в повседневном языке

В этой концепции Пирс и Кронен указывают на определенное противоречие, выявленное ими при анализе эксперимента в г. Купертино. С одной стороны, существующие в рамках теории СММ различные наборы прав, обязанностей и привилегий индивида выдержаны, как правило, в рамках первого, второго или третьего лица обычных грамматических правил, что находится в контексте работ Витгенштейна [Wittgenstein], Шоттера [Shotter, 1989], Харри и Гриллетта [Harre & Grillett]. Однако, с другой стороны, когда по ходу проекта авторы часто оказывались в роли посредников (далее модераторов) или учили этому других, эта роль не вполне соответствовала ни одной из этих грамматических позиций [Pearce & Pearce 2000a: 417].

Организация события (дискуссии) подразумевала, что в обязанности модератора входит: помогать группе следовать необходимой последовательности событий; оставаться при этом нейтральным, уравнивая себя с участниками дискуссии, что создает атмосферу взаимного доверия и уважения; активно слушать и помогать участникам слушать друг друга; помогать участникам рассказывать свои истории становясь на позицию «незнания», выражая любопытство, задавая вопросы, а также одобряя их поведение; концентрироваться, «сплетая» все истории вместе. И здесь обнаружилось, что роль модератора в основном ведется от первого лица (он является участником беседы), но, одновременно, она идет и от третьего лица, так как модератор сохраняет обостренное чувство осознания того, что событие конструируется совместно, и принимает на себя роль руководства им, учитывая, что его собственное мнение не должно звучать в разговоре [Pearce & Pearce 2000a: 418]. Вся сложность этой роли была впервые осознана авторами тогда, когда некоторые жители, которых ей обучали, выступили в качестве модераторов небольших групповых дискуссий на собраниях в Ратуше. Они объяснили, что в итоге остались не очень довольны, так как хотели, чтобы их собственный голос был услышан более непосредственно на собрании, а такой возможности им не предоставили. Размышления над их решением привели авторов к выводу, что роль модератора нужно рассматривать как нечто большее, чем сдвиг между тремя лицами в грамматике обычного языка – это переход к позиции «косвенного влияния» [Pearce & Pearce 2000a: 418].

Пирс и Кронен оценивают теоретические последствия этого вывода как действительно значимые для тех, кто занимается проблемами социального конструирования и тех, кто продолжает считать, что обычный язык достаточно охватывает пространства социальных миров: «мы должны либо отказаться от этого базово-

го принципа, либо начать исследовать гораздо больше тонкостей языка, чем это было сделано в литературе до сих пор...обе эти альтернативы могут быть изучены, но «консервативный» подход здесь заключается в расширении исследования лингвистических ресурсов» [Pearce & Pearce 2000a: 418]. Далее авторы отмечают, что, как правило, большинство дискуссий о языке среди социальных конструктивистов сводится к общению со словарем (например, существует ли разница, в описании человека как «пациента» или «клиента?»), различному использованию частей речи (например, права и обязанности, соответствующие позиции лица, подтверждающие использование местоимений), и описанию кейсов (например, «Я утверждаю», который означает принятие на себя ответственности) и т.д. В качестве альтернативы предлагается возможность исследовать другие части речи (например, предлоги, а также различное время и наклонения глаголов) или использовать так называемый «средний род», который является частью классического греческого языка [Pearce & Pearce 2000a: 418]. Последний ясно выражает то, что, в свою очередь, вызывает неудобства при традиционном употреблении дефисного выражения в активном или пассивном залоге (например, коэволюция). Исследования С. МакНэми и К. Герген [McNamee & Gergen] представляют еще один вариант решения проблемы с точки зрения примата отношений в перспективе социального конструктивизма, и, с этой целью, они особое внимание обращают на использование предлогов как части обычного языка.

Авторы видят здесь перспективы дальнейшего теоретического развития в той связи, которую имеет эта идея с одним из положений теории СММ: «способы бытия человека реципрокным казуальным способом связаны с формами коммуникации» [Pearce & Pearce 2000a: 419]. С одной стороны, процесс более полного изучения возможностей грамматики обыденного языка, а также его «пределов» как метод, описывающий и, возможно, находящий новые способы для человека стать самим собой. С другой стороны, права, обязанности и ответственность модератора, как и, к примеру, права терапевта или консультанта в процессе коммуникации, по-видимому, выдержаны в сослагательном наклонении и в среднем роде. Вопрос, который ставят авторы в качестве своеобразного вывода, отражает и определенные управленческие перспективы: «Будет ли усиление ясности в описании этих ролей иметь практическую ценность при разработке учебных программ, оценке персонала и разработке социальной теории?» [Pearce & Pearce 2000a: 419].

Контекстуальная реконструкция

Концепция контекстуальной реконструкции как особенно интересная и сложная форма коммуникации, описанная Пирсом и Бренхэмом еще в 80-е годы XX века [Branham & Pearce], периодически возникала как форма существования в условиях общественного диалога проекта г. Купертино. С точки зрения теории СММ, все действия обычно происходят в определенном контексте, и обычная риторическая задача состоит в том, чтобы индивиды действовали соответствен-

но контексту, но на практике возникают моменты, когда выполняемые действия идут вразрез с контекстуальным прообразом. В таком случае возникает необходимость реконструировать контекст так, чтобы он соответствовал совершаемому действию [Pearce & Pearce 2000a: 419]. Необходимость действовать таким образом, чтобы создать новые контексты, потребовала от авторов интеграции трех идей, которые были отдельно разработаны в теории СММ:

- «импликативная сила» как основная идея контекстуальной реконструкции, заключающаяся в последствиях, которые может вызвать каждое действие, изменяя контекст происходящего (изначально понятие концептуализировалось только с точки зрения говорящего, а затем – с точки зрения отдельного действия, например, публичного выступления [Branham & Pearce]).

- «игровое мастерство» как идея, первоначально разработанная в контексте межличностного общения, где она давала участнику продолжающейся последовательности событий право намеренно нарушать правила, чтобы добиться желаемого нового положения дел [Pearce 1994] (в проекте г. Купертино идея была использована при работе с целым сообществом в течение длительного периода времени в условиях взаимодействия с различными группами людей, совершающими множество действий);

- «коммуникация в многонациональном сообществе» [Pearce 1989] применялась как идея принципиально иной ориентации на контекстуальную реконструкцию для многонационального сообщества г. Купертино, где маловероятным был факт того, что любое действие в рамках игрового мастерства будет одинаково эффективным для разных групп (с этой точки зрения, она стала более успешной, так как являлась результатом сотрудничества, а не одностороннего действия) [Pearce & Pearce 2000a: 419].

Выводы. Исследование в рамках проекта г. Купертино позволило авторам скорректировать основные положения теории СММ в рамках ее практической концептуализации [Cronen], что, в свою очередь, замкнуло виток коэволюции имеющейся здесь традиции практики и дискурса; придало направление, сделало последовательной и значительно расширило сферу ее применения: «практическая теория отличается от других форм теории и расширяется с помощью особых способов, вытекающих из ее природы: ее можно сделать более общей, охватывающей большую часть явлений мира или сделать более строгой, указав влияние дополнительных опосредующих переменных... она расширяется путем добавления полезных понятий и моделей, разработки более точного или описательного словаря, изучения новых способов работы в сложных или новых контекстах и смены устаревших или ограничивающих метафор более свежими» [Pearce & Pearce 2000a: 420]. В заключении Пирс и Кронен разработали систему трех критериев, позволяющих оценить значимость любой практической теории.

1. Способность направлять тех, кто ее использует. Авторы указывают, что «значение термина «руководство» здесь весьма существенно, так как он не относится к типам «кулинарной книги» или набору инструкций» [Pearce & Pearce 2000a: 420].

Скорее речь здесь идет о том, что именно повышает предусмотрительность или актуализирует социальную направленность высказываний управленцев-практиков, повышает их способность различать и использовать ресурсы конкретных социальных условий для получения желаемых результатов [Oliver; Pearce, 1989]. Рассматривая естественные и неестественные действия, исследователи отмечают, что в первом случае – это то, как субъекты обычно действуют в любой ситуации, нуждающейся в изменении, а именно: конституируют то, что имеется, продолжают действовать по шаблону и, в результате, ситуация не меняется. В случае, если субъекты действуют неестественно, необходима практическая теория, чтобы добиться успеха. Так, в проекте г. Купертино особую роль сыграло то, что теория СММ в русле практической теории основывается на видении коммуникации как первичного социального процесса и основы создания событий и объектов социального мира, что стало частью ключевой способности участников переосмысливать события и участвовать в совместном процессе контекстуальной реконструкции [Pearce & Pearce, 2000a: там же].

2. Способность обеспечить такую грамматику коммуникации, в которой практика может обсуждаться согласованно. С точки зрения авторов, этот критерий является частью эвристических качеств теории СММ, так как позволяет открывать возможности для эффективного действия (эвристическая функция) и связного описания и объяснения этих практик [Pearce & Pearce, 2000a: там же].

3. Степень продолжающейся коэволюции между практикой и грамматикой дискурса, что, в свою очередь, проявляется в теории СММ как эволюция от применения в качестве практической теории к долгосрочному общегородскому общественному диалогу [Pearce & Pearce, 2000a: 421].

Следствием коэволюции теории СММ в результате реализации проекта г. Купертино стало развитие, расширение и углубление ее понятийного аппарата:

- понятие «координация» расширилось за счет того, что исследователям пришлось вплотную заняться вопросами власти и управления, следствием чего явилось принципиальное использование вопроса: «Что мы делаем вместе?» как способа пригласить участников выйти за рамки традиционных отношений власти;

- понятие «формы коммуникации» было дополнено за счет исследования нескольких традиций диалога и разработки авторского понятия «общественный диалог», операционализированного в разработке трехуровневой модели различных измерений событий в долгосрочных проектах;

- понятия «силы логики» и «положение индивида» практически полностью были переосмыслены в том смысле, что действия здесь могут происходить в контексте прав, обязанностей и обязательств, соответствующих различным ролям, которые мы принимаем, а индивид может быть гораздо более открытым для поиска новых ролей и тонких различий между ролями и признавать необходимость плюралистического способа описания ограничений и возможностей, в рамках которых мы действуем;

– понятие «контекстуальная реконструкция» потребовало от исследователей интеграции нескольких концепций и более глубокого понимания изначального тезиса: «люди коллективно создают социальную реальность и управляют ею» [Pearce & Cronen: 305], то есть реконструкция контекстов, не может быть осуществлена в одностороннем порядке или в одном акте, а социальное изменение, как и его очевидная противоположность, социальный порядок, со-конструируется в рекурсивном процессе, который реконструирует нас как личности, отношения и институты [Pearce & Pearce 2000a: 421].

В целом, управленческие перспективы общественного диалога в рамках теории СММ представляются более чем актуальными в социокультурных процессах трансформирующегося российского общества как в теоретико-методологическом, так и в эмпирическом плане. Раскрытие их потенциала может способствовать процессу управленческого воздействия на в условиях конкретных поселений с учетом интересом разных социальных групп.

Источники

Андриянова Т.В. (2019). Исследовательский потенциал теории координированного управления смыслообразованием в управлении социальными процессами // Глобальные вызовы и региональное развитие в зеркале социологических измерений: материалы IV междунар. науч.-практ. интернет-конф., г. Вологда, 25 марта – 2 апреля 2019 г. Вологда: ФГБУН ВолНЦ РАН. С. 184-189.

Шарков Ф.И. (2019). Социальные сети как основа формирования пространства публичных коммуникаций // Коммуникология. Т.7. №4. С.32-40.

Asakaviciute V. (2020). Martin Buber's Dialogical Communication: Life as an Existential Dialogue. *Filosofija. Sociologija*. No. 31(1). P. 51-60. DOI: 10.6001/fil-soc.v31i1.4178.

Bohm D. (1996). On dialogue. London and New York: Routledge.

Branham R.J., Pearce, W.B. (1985). Between text and context: Toward a rhetoric of contextual reconstruction. *Quarterly Journal of Speech*. No. 71. P.19-36.

Cronen V.E. (1995) Coordinated management of meaning: The consequentiality of communication and the recapturing of experience. In: S.J. Sigman (ed.), *The consequentiality of communication* (p. 17-66). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Cronen V.E., Johnson K., Lannamann J.W. (1982). Paradoxes, double-binds, and reflexive loops: An alternative theoretical perspective. *Family Process*. No. 20. P. 91-112.

Cronen V.E., Pearce W.B. (1981). Logical force in interpersonal communication: A new concept of the «necessity» in social behavior. *Communication*. No.6. P. 5-67.

Gunnlaugson O. (2014). Bohmian Dialogue: a Critical Retrospective of Bohm's Approach to Dialogue as a Practice of Collective Communication. *Journal of Dialogue Studies*. Vol. 2. No. 1. P. 25-34.

Hammond S.A. (1996). *The thin book of appreciative inquiry*. Plano, TX: CSS Publishing.

Harre R., Grillett G. (1994). *The discursive mind*. Newbury Park, CA: Sage.

Harre R., van Langehove L. (1999). The dynamics of social episodes. In R. Harre & L. van Langehove (eds.), *Positioning theory* (p. 1-13). Oxford, UK: Blackwell.

Harre R. (1984). *Personal being: A theory for individual psychology*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Kingston R.J. (1999). The political importance of dialogue. *Kettering Foundation Connections*. No.9. P. 2-5.

McNamee S., Gergen K. (1999). *Relational responsibility: Resources for sustainable dialogue*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- Oliver C. (1996). Systemic eloquence. *Human Systems*. No. 7. P. 247-264.
- Pearce W.B. (1989). Communication and the human condition. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Pearce W.B. (1993). Achieving dialogue with «the Other» in the postmodern world. In P. Gaunt (Ed.), *Beyond agendas: New directions in communications research* (p. 59-74). Westport, CT: Greenwood Press.
- Pearce W.B. (1994). Interpersonal communication: Making social worlds. New York: HarperCollins.
- Pearce W.B., Cronen V.E. (1980). Communication. action and meaning: The creation of social realities. New York: Praeger.
- Pearce W.B., Littlejohn S.W. (1997). Moral conflict: When social worlds collide. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pearce W.B., Pearce K.A. (2000a). Extending the Theory of the Coordinated Management of Meaning (CMM) Through a Community Dialogue Process. *Communication Theory*. No.4. P. 405-423.
- Pearce W.B., Pearce K.A. (2000b). Combining passions and abilities: Toward dialogic virtuosity. *Southern Communication Journal*. No. 65. P.161-175.
- Shotter J. (1989). Social accountability and the social construction of «you». In: J. Shotter & K. Gergen (eds.), *Texts of identity* (p. 133-151). London: Sage.
- Shotter J. (1993). Conversational realities: Constructing life through language. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Srivastva S., Cooperrider D. (1990). Appreciative management and leadership: The power of positive thought and action in organizations. San Francisco: Jossey-Bass.
- Strepparava G. (2017-2018). Kensington consultation centre: a birthplace of different systemic ideas... tesi di laurea magistrale. Bergamo [access mode]: <https://gck.nu/wp-content/uploads/2018/11/Giada-STREPPARAVA-Thesis-Kensington-Consultation-Centre-004.pdf>
- Wittgenstein L. (1967). Philosophical investigations, 3rd ed., transl. G.E. Anscombe. Oxford, UK: Blackwell.

■ ■ ■ Public Dialogue in the Socio-Cultural Environment and its Management Perspectives in the Communication Theory of W. Barnett Pearce and Vernon E. Cronen (continuation)¹

Andriyanova T.V.

Kursk State University, Kursk, Russia.

Abstract. Management perspectives of the concept of «public dialogue» are revealed in the article on the basis of secondary data of the project of Cupertino (California, USA), carried out in the 90s of the twentieth century by a research group led by W.B. Pearce and V.E. Cronen. The view of the theory of coordinated control of meaning as the conceptual basis of this project allowed the authors to focus on the co-evolution of its methodological foundations and empirical potential, which was expressed in the development of criteria for evaluating any

¹ The first part of the study: Andriyanova T.V. (2021). Public Dialogue in the Socio-Cultural Environment and its Management Perspectives in the Communication Theory of W. Barnett Pearce and Vernon E. Cronen. *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No.1. P. 151-159. DOI 10.21453/2311-3065-2021-9-1-151-159.

practical theory and improving its conceptual apparatus. The six key principles identified by the authors as SMM Grammar: coordination, forms of communication, event (case), forces of logic, position of the intermediary personality, and contextual reconstruction allow us to take a broader look at the possibilities of the modern field of scientific discourse and the communicative process as a whole. A long-term social dialogue allows us to harmonize the interests of different social groups not by unilateral managerial influence, but by allowing all stakeholders to engage in a constructive dialogue. The main empirical method here is contextual reconstruction of events (focus groups, group discussions, etc.) with the involvement of an person-position of the facilitator (moderator).

Keywords: communication theory, public dialogue, management, theory of coordinated management of meaning, society

For citation: Andriyanova T.V. (2021). Public Dialogue in the Socio-Cultural Environment and its Management Perspectives in the Communication Theory of W. Barnett Pearce and Vernon E. Cronen (continuation). *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 2. P. 51-66. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-51-66.

Inf. about the author: Andriyanova Tatyana Vladimirovna, Cand. Sc. (Soc.), associate professor at the Department of Sociology, Kursk State University. Address: 305004, Kursk, Radishchev st., 29. E-mail: andriyanova.tv@gmail.com.

Received: 26.02.2021. Accepted: 12.03.2021.

References

- Andriyanova T.V. (2019). The research potential of the theory of coordinated management of meaning formation in the management of social processes. In: materials of the 4th scientific international conference, Vologda, March 25 – Apr. 2, 2019. Vologda: RAS Vologda Sc. Centre. P. 184-189 (In Rus.).
- Asakaviciute V. (2020). Martin Buber's Dialogical Communication: Life as an Existential Dialogue. *Filosofija. Sociologija*. No. 31(1). P. 51-60. DOI: 10.6001/fil-soc.v31i1.4178.
- Bohm D. (1996). On dialogue. London and New York: Routledge.
- Branham R.J., Pearce, W.B. (1985). Between text and context: Toward a rhetoric of contextual reconstruction. *Quarterly Journal of Speech*. No. 71. P.19-36.
- Cronen V.E. (1995) Coordinated management of meaning: The consequentiality of communication and the recapturing of experience. In: S.J. Sigman (ed.), The consequentiality of communication (p. 17-66). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Cronen V.E., Johnson K., Lannamann J.W. (1982). Paradoxes, double-binds, and reflexive loops: An alternative theoretical perspective. *Family Process*. No. 20. P. 91-112.
- Cronen V.E., Pearce W.B. (1981). Logical force in interpersonal communication: A new concept of the «necessity» in social behavior. *Communication*. No.6. P. 5-67.
- Gunnlaugson O. (2014). Bohmian Dialogue: a Critical Retrospective of Bohm's Approach to Dialogue as a Practice of Collective Communication. *Journal of Dialogue Studies*. Vol. 2. No. 1. P. 25-34.
- Hammond S.A. (1996). The thin book of appreciative inquiry. Plano, TX: CSS Publishing.
- Harre R., Grillett G. (1994). The discursive mind. Newbury Park, CA: Sage.
- Harre R., van Langehove L. (1999). The dynamics of social episodes. In R. Harre & L. van Langehove (eds.), Positioning theory (p. 1-13). Oxford, UK: Blackwell.
- Harre R. (1984). Personal being: A theory for individual psychology. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Kingston R.J. (1999). The political importance of dialogue. *Kettering Foundation Connections*. No.9. P. 2-5.
- McNamee S., Gergen K. (1999). Relational responsibility: Resources for sustainable dialogue. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Oliver C. (1996). Systemic eloquence. *Human Systems*. No. 7. P. 247-264.
- Pearce W.B. (1989). Communication and the human condition. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Pearce W.B. (1993). Achieving dialogue with «the Other» in the postmodern world. In P. Gaunt (Ed.), *Beyond agendas: New directions in communications research* (p. 59-74). Westport, CT: Greenwood Press.
- Pearce W.B. (1994). Interpersonal communication: Making social worlds. New York: HarperCollins.
- Pearce W.B., Cronen V.E. (1980). Communication. action and meaning: The creation of social realities. New York: Praeger.
- Pearce W.B., Littlejohn S.W. (1997). Moral conflict: When social worlds collide. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pearce W.B., Pearce K.A. (2000b). Combining passions and abilities: Toward dialogic virtuosity. *Southern Communication Journal*. No. 65. P.161-175.
- Pearce W.B., Pearce K.A. (2000a). Extending the Theory of the Coordinated Management of Meaning (CMM) Through a Community Dialogue Process. *Communication Theory*. No.4. P. 405-423.
- Sharkov F.I. (2019). Social networks as the basis for the formation of public communications space. *Communicology (Russia)*. Vol.7. No.4. P.32-40 (In Rus.).
- Shotter J. (1989). Social accountability and the social construction of «you». In: J. Shotter & K. Gergen (eds.), *Texts of identity* (p. 133-151). London: Sage.
- Shotter J. (1993). Conversational realities: Constructing life through language. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Srivastva S., Cooperrider D. (1990). Appreciative management and leadership: The power of positive thought and action in organizations. San Francisco: Jossey-Bass.
- Strepparava G. (2017-2018). Kensington consultation centre: a birthplace of different systemic ideas... tesi di laurea magistrale. Bergamo [access mode]: <https://gck.nu/wp-content/uploads/2018/11/Giada-STREPPARAVA-Thesis-Kensington-Consultation-Centre-004.pdf>
- Wittgenstein L. (1967). Philosophical investigations, 3rd ed., transl. G.E. Anscombe. Oxford, UK: Blackwell.

■ ■ ■ Разработка и внедрение технологий культурного просветительства в контексте государственной культурной политики: смысловые ориентиры и приоритетные направления

Стеценко В.В.

Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал) Ростовского государственного экономического университета, Таганрог, Российская Федерация.

Аннотация. В статье проанализирован ряд актуальных проблемных тенденций современного российского политического дискурса. Автор исходит из тезиса об усилении значимости культурного компонента государственной политики в отношении воспитания молодёжи, воспроизводства политической элиты, а также выстраивания коммуникативных воздействий между элитой и народом. В статье осуществлён обзор нормативно-правовой базы источников в рамках рассматриваемой исследовательской области. В частности, проанализированы изменения в области конституционного законодательства, а также новые правотворческие инициативы в контексте обсуждения и принятия Законов о культуре и молодёжной политике. Выделены значимые научно-исследовательские платформы, акцентирующие проблематику культурной политики, в аспектах формирования основ традиционной культурно-цивилизационной идентичности молодёжи, а также воспроизводства и повышения качества человеческого капитала в области подготовки управленческих кадров. В рамках статьи позиционируется феномен культурного просветительства как перспективное направление культурной политики, весьма релевантное с точки зрения решения анализируемых задач. Выдвигается концепт «культурный императив», призванный стать одним из «катализаторов» процесса ценностно-смыслового становления политической элиты. Методологической основой исследования послужили интерпретативные и эмпирические методы изучения воздействия государственной культурной политики, в том числе культурного просветительства, на политическое мировоззрение и социализацию молодых людей, а так же изучение молодёжи как субъекта политических отношений, ее места и роли в политических процессах Российского государства, стратегии развития гражданско-патриотической активности молодых людей в условиях современного социума, подверженного глобализации и информатизации. В своём исследовании мы обратились к междисциплинарному методу, в частности мы используем исследовательские приемы социологии в рамках проведения мониторинга по ключевым вопросам исследования. В качестве результатов исследования автором предлагаются проекты факультативных курсов и курсов переподготовки, направленные на обогащение посредством инструментария культурного просветительства системы подготовки будущей политической элиты ценностно-смысловым содержанием.

Ключевые слова. Политический дискурс, культурная политика, человеческий капитал, молодёжная политика, политическая элита, культурное просветительство, культурный императив, социальные коммуникации

Для цитирования: Стеценко В.В. Разработка и внедрение технологий культурного просветительства в контексте государственной культурной политики: смысловые ориентиры и приоритетные направления // Коммуникология. 2021. Том 9. № 2. С. 67-77. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-67-77.

Сведения об авторе: Стеценко Владимир Вадимович – преподаватель кафедры отраслевых юридических дисциплин Таганрогского института имени А.П. Чехова (филиал) Ростовского государственного экономического университета. Адрес: 347936, Россия, г. Таганрог, Инициативная ул., 48. E-mail: vstetsenkov1992@gmail.com.

Статья поступила в редакцию: 14.05.2021. *Принята к печати:* 16.06.2021.

Актуальные тенденции современного политического дискурса

Современные геополитические процессы, которые могут быть описаны в рамках модели «больших вызовов», обусловили «выход в авангард» ценностно-смыслового инструментария внутренней и внешней политики Российской Федерации вопросов культурного измерения. Противоречивость и рискогенность трансформации общественного устройства в реалиях гибридного кризиса, проявляющегося в социальном неравенстве, преобладании потребительской философии, отказе от ценностного базиса, обусловили, на наш взгляд, целесообразность дополнения и обогащения актуального политического дискурса контентом ценностно-смысловой технологической платформы проектирования современного ландшафта социально-политических коммуникаций.

Современные тренды, отражённые, в частности, в процессах информатизации и цифровизации социума, находят своё воплощение в деструктивных тенденциях размывания духовно-нравственного фундамента российского общества, подрыва его единства, негативного информационного воздействия на молодых людей, разжигания межнациональной и межконфессиональной вражды, формирования негативной информационной среды «вокруг» российского государства. Динамика технологической модернизации и перепроизводство информационных ресурсов обусловили в значительной степени отставание познавательных и коммуникативных способностей человека. Наряду с этим наметился переход в трактовке информационного пространства не как научно-образовательной и культурно-просветительской среды, а своего рода развлекательно-справочного сегмента. Вызывают беспокойство проблемные аспекты, связанные с утратой рефлексивных способностей, функциональной неграмотностью, а также распространением клиповой модели мышления. Полагаем, что обозначенные негативные тенденции затрудняют процессы социальной коммуникации, среди которых особую важность приобретает взаимодействие между молодёжью и обществом. В этой связи актуализируется релевантность проработки технологической платформы и инструментария, который может быть представлен культурной политикой именно в контексте таких сфер «национальной повестки дня» политики государства как информационная безопасность, культурная безопасность, духовная безопасность социума.

Указанные выше деградационные маркеры как тенденции снижения качества функционирования общества и минимизации ресурсов жизнеспособности институтов государственной власти в полной мере нашли своё отражение в каче-

ственных характеристиках современной российской элиты, таких, как дефицит управленческих кадров с государственным стратегическим мышлением, социальная закрытость, nepotизм, стяжательство, кризис управляемости, недостаточный уровень политико-правовой культуры, трансляция в большей степени западных либеральных ценностно-смысловых алгоритмов без учета социокультурных факторов российской государственности. Одним из показателей эффективности политической элиты может выступать реализация национальных проектов, направленных на совершенствование различных областей общественных отношений. От уровня управленческих решений, профессионального и личностного роста управленческих кадров, осознания ценностно-смысловых ориентиров проектирования общенационального развития зависит их реализация и степень доверия граждан как важнейшего элемента социального капитала общества, а также основы для коммуникативного взаимодействия в социуме. Проблематика качественных показателей воспроизводства политической элиты нашла своё отражение в изменениях конституционного законодательства, предложенных Президентом В.В. Путиным и принятых в ходе всероссийского референдума. В частности, принятые поправки предусматривают ужесточение требований к высшим должностным лицам, расширение и укрепление полномочий местного самоуправления, что можно рассматривать, на наш взгляд, в качестве значимого фактора национализации элиты; при этом довольно очевидным и не требующем дополнительной аргументации является тезис о том, что ценностные основания традиционной-русской культуры позиционируются в качестве одного из ключевых ориентиров деятельности политической элиты и повышения качества принимаемых управленческих решений.

Ключевым, системообразующим показателем качества политической элиты как носителя привилегированного статуса, по нашему мнению, выступает её национальная идентичность, ценностно-смысловые и нравственные основания, которые коррелируют с устойчивостью государственных институтов в современной России. Появление политической элиты нового формата, способной ответить на вызовы, угрозы и риски современности, связывается нами с процессами национализации элиты, наличием контрэлиты, возвращением к истокам национальной культуры. В частности, особую значимость приобретает культурный компонент государственной политики, призванный выступить в качестве «центра притяжения» в ходе консолидации различных институтов гражданского общества и государства на основе политологической рефлексии над происходящими изменениями. В этой связи следует обратить внимание на тот факт, что в Стратегии национальной безопасности РФ отмечается особое значение культуры как стратегического вектора социально-экономического развития страны и обеспечения национальной безопасности¹.

¹ Стратегия национальной безопасности Российской Федерации. Утверждена Указом Президента РФ от 31.12.2015 № 683 [эл. ресурс]: <http://www.scrf.gov.ru/documents/99.html> (дата обращения: 17.11.2020)

Роль культуры как механизма укрепления жизнеспособности государства и общества

В научном сообществе все чаще фактор культуры и ее мощный потенциал рассматривается в качестве ведущего ресурса устойчивого развития государства и его институтов, особенно в кризисные периоды истории, когда на первый план выдвигается реализация основной функции государства, связанная с его сохранением и воспроизводством. Предметом рефлексии над культурным потенциалом российского государства как инструментом демпфирования деформации устоявшегося ценностно-смыслового фундамента, а также вызовов и угроз цивилизационному коду российского государства являются исследования известных российских политологов [Багдасарян, Кара-Мурза, Караганов].

Проблема культурной политики с точки зрения национальной безопасности рассматривается в трудах ряда российских исследователей [Аствацурова, Беспаленко, Голобородько].

Целесообразно обозначить, что и известные зарубежные ученые исследуют сущность, содержание и назначение политики государства в сфере культуры [Бурдые, Драгичевич-Шешич, Юешэн].

С контентом государственной культурной политики нами связывается проблематика подготовки политических управленцев, нашедшая своё отражение в научных трудах отечественных элитологов, посвящённых ценностно-смысловому фундированию, развитию деловых и нравственных компетенций представителей элиты [Белозеров, Гаман-Голутвина, Понеделков].

Мы считаем, что новое, более широкое понимание роли культуры в русле политологической инноватики связывается с актуализацией культурной составляющей в рамках достижения ключевых приоритетов российского государства и обеспечения устойчивого развития социума. В этой связи государственная культурная политика является платформой для осмысления культурно-просветительского инструментария, используемого в контексте системной рефлексии над культурными ценностями, выработки социокультурной идентичности и проектирования ценностно-смысловых доминант.

Обозначая правовое пространство культуры как смыслообразующей ценности сохранения и развития общества, выделим важные в контексте предметного поля нашего поиска документы доктринального характера, такие как Основы государственной культурной политики и Стратегия государственной культурной политики, в которых регламентируется культурное измерение жизни социума, при этом подчеркнём отсутствие Закона о культуре, работа над которым ведётся с 2011 года, но не завершена к настоящему времени; необходимость дальнейшей проработки и принятия Закона обусловлена, на наш взгляд, актуальностью решения задачи вывода на авансцену «точек роста» консолидации общества традиционных культурных ценностей.

Представленные нормативные акты, которые в значительной степени являются отражением некоторых трендов современного политического дискурса,

свидетельствуют об усилении значимости духовно-нравственной и аксиологической платформы в практике конструирования общества и укрепления жизнеспособности государства, инструментарием которой выступает культурная политика государства, важнейшей технологией реализации которой мы считаем культурное просветительство призванное демпфировать социокультурные вызовы, угрозы и риски.

Культурное просветительство как технологическая платформа государственной молодёжной политики

В контексте нашего исследования культурное просветительство рассматривается как активная деятельность, направленная на трансляцию социокультурного опыта, базирующегося на ценностно-смысловых основаниях, традиционных для российского социума. В условиях виртуализации, размывания институциональных связей усиливается, в частности, роль семиотического «сближения» педагогического и политического дискурса. В исследовательском пространстве получает развитие позиция, согласно которой именно созидательный и объединяющий фактор феномена «культурное просветительство» призван актуализировать точки пересечения между политическим и педагогическим дискурсами, сбалансировать социально-культурное измерение бытия человека [Багдасарян, Голубородько].

Полагаем, что в качестве основного субъекта процесса культурного просветительства выступает молодёжь как социальная группа, от гражданской активности, показателей сформированности национальной идентичности, личностных и профессиональных компетенций которой, иными словами, уровня развития человеческого потенциала/капитала молодёжи зависит будущее нашей страны. Отметим, что для современной молодёжи характерно переосмысление ценностных оснований старшего поколения, социальная изоляция, утрата способности осуществлять эффективные социальные коммуникации, кризис социокультурного самоопределения, недостаток гражданско-патриотических установок. Переходные процессы в российском социуме выдвинули в авангард проблематику социальной и гражданской активности молодёжи как одной из ведущих демографических групп населения, испытывающей негативные влияния новых социально-экономических требований, формируемых институтами российского общества.

В контексте осмысления и позиционирования актуального ландшафта молодёжной политики, по нашему мнению, целесообразно обратиться к нормативно-правовой базе рассматриваемой области. Как известно, принят новый закон «О молодёжной политике в Российской Федерации», что свидетельствует об обеспеченности органов государственной власти состоянием воспитательной составляющей молодёжной политики как важнейшего ресурса просветительской деятельности. Кроме того, в российском законодательстве зафиксированы понятия «просвещение» и «просветительская деятельность», что, на наш взгляд,

является весьма своевременной инициативой в рамках разработки ценностно-смыслового поля и технологической платформы молодёжной политики¹. Наряду с этим, как известно, внесены изменения в федеральный закон «Об образовании», связанные с вопросами воспитания обучающихся, в частности, описано понятие «воспитание» и регламентированы общие требования к организации воспитания обучающихся².

Анализ современных тенденций позволил обозначить семиотическое пространство общественных отношений, в рамках которых релевантна актуализация технологической платформы культурного просветительства в контексте процессов социализации и инкультурации молодёжи, в рамках расширения сферы продуктивных взаимодействий между государственными органами и гражданскими институтами. Особенно выделим систему образования, институты просвещения, семейное и духовно-нравственное воспитание с акцентом на политическую социализацию молодёжи, которая трактуется нами как активное, сознательное принятие индивидом себя в качестве члена общества и гражданина и осознание базовых компонентов политической культуры.

В рамках изучения различных аспектов молодёжной политики нами была проведена серия социологических исследований, направленных на выявление отношения молодёжи к семейной политике, гражданско-патриотическому воспитанию, антикоррупционному просвещению. Анализ результатов обозначенных исследований был представлен в ряде научно-исследовательских публикаций [Голобородько, Мюрищенко, Самойлова, Стеценко]. Исследование осуществлялось в период с 2018 по 2020 годы. В качестве научно-исследовательского инструментария для осуществления мониторинга было использовано смешанное, полузакрытое анкетирование с применением саморегистрации. Респондентами являлись студенты Таганрогского института имени А.П. Чехова. Возраст опрашиваемых составил от 18 до 23 лет. Результаты анкетирования позволили выявить наличие запроса на культурно-просветительскую деятельность в контексте семейных отношений, противодействия коррупционным проявлениям и развития гражданской идентичности. На основании проведённых нами социологических исследований были обозначены в рамках культурного просветительства следующие практические рекомендации, призванные усилить государственную молодёжную политику: учет региональных особенностей территории, приоритет культуры, использование диалоговых, активных технологий просветительской деятельности, социальное партнёрство субъектов государственной власти и институтов гражданского общества.

¹ Депутаты Госдумы рассмотрят законопроект о молодёжной политике в РФ [эл. ресурс]: https://spbvedomosti.ru/news/country_and_world/deputaty-gosdumy-rassmotryat-zakonoproekt-o-molodezhnoy-politike-v-rf/ (дата обращения: 16.11.2020).

² Федеральный закон от 31 июля 2020 г. №304-ФЗ О внесении изменений в Федеральный закон Об образовании в Российской Федерации [эл. ресурс]: <https://rg.ru/2020/08/07/ob-obrazovanii-dok.html> (дата обращения: 16.11.2020).

Инструментарий культурного просветительства в контексте решения актуальных задач отечественного элитогенеза

Считаем, что просветительская деятельность и ее культурная составляющая, которая может быть представлена в рамках концепта «культурный императив», определяемого нами в качестве аксиологического базиса элитогенеза и ориентированного на социо- и культуроцентричную платформу развития отечественных управленцев различного уровня (муниципальный, региональный, федеральный), должна найти своё отражение в процессе воспроизводства и формирования политической элиты нового формата, способной преодолеть отчуждение и отсутствие доверия между властью и обществом. Содержательное наполнение культурного императива ориентировано на гражданско-патриотическую ценностную парадигму с учетом государствообразующей идеологической матрицы, направленной на реализацию элитой долгосрочного и суверенного политического курса в рамках идеи социальной справедливости и доверия, концепцию приумножения человеческого капитала на основе национальной и культурной идентичности.

Полагаем целесообразным выделить прикладной аспект нашего исследования, ориентированный на повышение качества воспроизводства представителей политической элиты. В частности, нами предлагается учебная программа факультативного/элективного курса «Аксиологические основания культурной политики государства в контексте развития современного политического дискурса» для бакалавров/магистрантов направления подготовки «Политические науки и регионоведение», цель которого формирование ценностной культуроцентричной матрицы как фактора повышения качества человеческого и профессионального капитала в процессе подготовки будущих политологов.

Задачи курса:

- освоение совокупности принципов и норм государственной политики Российской Федерации, направленных на сохранение, развитие и распространение культуры;
- выявление основных направлений реализации культурной политики в современном обществе;
- ознакомление с деятельностью общественных советов, фондов, политических партий, негосударственных организаций;
- получение навыков применения на практике целевых и комплексных программ сохранения и развития социокультурной сферы;
- осмысление аксиологических оснований деятельности представителей власти с перспективой на дальнейшую профессиональную реализацию будущих политологов в качестве представителей политической власти.

Структура курса включает два раздела: (1) Культурная политика как неотъемлемая часть развития общества; (2) Формирование ценностных, культуроцентричных оснований деятельности политической элиты.

Кроме этого, нами разработана программа курсов переподготовки управленческих кадров «Повышение эффективности деятельности политических управленцев: аксиологическое фундирование и ценностно-смысловое сопровождение», направленная на развитие ценностно-смысловых ориентиров профессиональной деятельности политической элиты, как условия качественной трансформации российского общества.

Актуальные тенденции в жизни государства и социума, изменения законодательной базы в таких сферах как национальная безопасность, государственная культурная политика обуславливают необходимость осмысления и проработки содержательного, ценностно-смыслового сопровождения работы органов исполнительной и законодательной власти на различных уровнях. Формируется запрос на подготовку квалифицированной элиты, способной обеспечить реализацию ориентиров, заявленных в доктринальных актах, национальных проектах по развитию человеческого капитала и формированию гармонично развитой личности.

Программа ориентирована на представителей федеральных, региональных и муниципальных органов исполнительной и законодательной власти, органов местного самоуправления.

Курсы переподготовки представлены следующими разделами: Модель культурной политики современной России, Основные направления культурной политики Российского государства, Реализация национального и партийного проектирования, Ценностно-смысловое сопровождение социальной политики, Проектирование в социокультурной сфере как направление развития гражданского общества, Формирование ценностного культуроцентричного ядра структуры личности как одного из факторов эффективной кадровой политики.

Представленный выше образовательный контент реализуется с применением диалогово-консенсусных, проектных технологий и технологий развития критического мышления, направленных на развитие культуры гражданской активности, гармонизацию личностных и профессиональных качеств представителей политической элиты.

Выводы. На основании анализа исследовательских позиций российских и зарубежных авторов, нормативных актов, а также данных проведённого автором мониторинга нами сделан вывод о целесообразности введения инновационной составляющей в контекст российского элитогенеза с помощью технологической платформы культурного просветительства, которое может быть конкретизировано за счёт следующих положений:

1) расширение когнитивной платформы развития политической элиты за счёт активного продвижения культурного и аксиологического компонента в содержание образовательных программ и учебных курсов профессиональной подготовки управленцев, обогащённое современными образовательными технологиями, а также релевантное современному законодательству и социальному запросу;

2) позиционирование факторов, обуславливающих государственно-патриотическую парадигму мышления как фактор повышения качества управленческих решений политической элиты;

3) развитие инструментария мониторинга качественных показателей представителей политической элиты в аспекте культурно-ценностных ориентиров.

Таким образом, можно констатировать, что технологическая платформа культурного просветительства включает, в частности, следующие когнитивно-аксиологические измерения: передача социально значимой информации в контексте развития различных сфер общественной жизни и обеспечения эффективных социальных коммуникаций; укрепление социальных структур в рамках распространения культурных императивов, направленных на формирование гражданской активности, правосознания и политической культуры; высокая степень интеграции государственной культурной, молодёжной и образовательной политики в русле культурной, семейной и антикоррупционной просветительской деятельности.

Источники

Астацурова М.А., Чекменев Д.С. (2018). Субъекты и акторы общественно-политического дискурса в пространстве публичной политики // Вестник экспертного совета. №1-2 (12-13). С. 126-131.

Багдасарян В.Э. (2016). Культурное просветительство в системе национальной безопасности России [эл. ресурс]: <http://www.cnsr.ru/press-tsentr/analiticheskie-materialy/kulturnoe-prosvetitelstvo-v-sisteme-natsionalnoy-bezopasnosti-rossii/> (дата обращения: 05.11.2020).

Белозёров В.К. (2011). Институт политического руководства Вооружёнными силами Российской Федерации. Дис. докт. полит. наук. Москва.

Беспаленко П.Н. (2009). Духовная безопасность в системе национальной безопасности современной России: проблемы институционализации и модели решения. Дис. докт. полит. наук. Ростов н/Д.

Бурдые П. (1993). Социология политики. М.: Socio-Logos. С. 53-158.

Гаман-Голутвина О.В. (2016). Политические элиты как объект исследований в отечественной политической науке // Политическая наука. № 22. С. 38-73.

Голобородько А.Ю. (2016). Государственная культурная политика в контексте укрепления национальной безопасности современной России (от сущностных смыслов к приоритетным направлениям) // Власть. № 2. С. 112-118.

Голобородько А.Ю., Самойлова И.Н., Стеценко В.В. (2021) Противодействие коррупции в контексте антикоррупционного просвещения и воспитания (на примере Таганрогского института имени А.П. Чехова) // Актуальные проблемы противодействия коррупции в современной России. Материалы Всероссийского Круглого стола. С. 52-61.

Голобородько А.Ю., Стеценко В.В. (2018) Гражданско-патриотическая активность студенческой молодёжи: анализ социологического исследования // Социально-гуманитарные знания. № 11. С. 62-70.

Драгичевич-Шешич М. (2000) Культура: менеджмент, анимация, маркетинг. Новосибирск: ИД «Тигра».

Кара-Мурза С.Г. (2017). Российское обществоведение. Становление, методология, кризис. М.: Алгоритм.

Караганов С.А. (2019). Россия – возвращение домой (вместо предисловия) // Вопросы географии. Россия в формирующейся Большой Евразии. С. 9-15.

Понеделков А.В. (2005). Политико-административные элиты России в середине 90-х гг. и 10 лет спустя (теоретический и прикладной аспекты анализа). Ростов н/Д: Изд-во СКАГС.

Стеценко В.В., Мюрищенко Н.В. (2019) Ориентиры государственной семейной политики в контексте стратегии развития и расширения платформы государственной культурной политики // Гуманитарий Юга России. Т. 8. № 1. С. 214-228.

Юешэн Ц. (2017). Внешняя культурная политика КНР в условиях глобализации. Дис. канд. полит. наук. Москва.

■ ■ ■ Development and Implementation of Technologies for Cultural Enlightenment in the Context of State Cultural Policy: semantic guidelines and priority areas

Stetsenko V.V.

Taganrog Institute named after A.P. Chekhov (branch) of the Rostov State Economic University, Taganrog, Russia.

Abstract. The article represents the topical trends in contemporary Russian political discourse. The author proceeds from the thesis about the strengthening of the importance of the cultural component of state policy in relation to the education of young people, the reproduction of the political elite, as well as the building of communicative influences between the elite and the people. The article provides an overview of the legal framework of sources within the framework of the research area under consideration. In particular, the article analyzes changes in the field of constitutional legislation, as well as new law-making initiatives in the context of the discussion and adoption of the Laws on Culture and Youth Policy. Significant research platforms are highlighted that accentuate the problems of cultural policy, in the aspects of forming the foundations of the traditional cultural and civilizational identity of youth, as well as the reproduction and improvement of the quality of human capital in the field of training management personnel. Within the framework of the article, the phenomenon of cultural enlightenment is positioned as a promising direction of cultural policy, which is very relevant from the point of view of solving the problems being analyzed. The concept of «cultural imperative» is put forward, designed to become one of the «catalysts» of the process of value-semantic formation of the political elite. The methodological basis of the study was interpretive and empirical methods of studying the impact of state cultural policy, including cultural enlightenment, on the political outlook and socialization of young people, as well as the study of youth as a subject of political relations, its place and role in the political processes of the Russian state, development strategies civic and patriotic activity of young people in a modern society subject to globalization and informatization. In our research, we turned to an interdisciplinary method, in particular, we use the research techniques of sociology in the framework of monitoring on key research issues. As the results of the research, the author proposes projects of optional courses and retraining courses aimed at enriching the system of training the future political elite with value-semantic content through the tools of cultural enlightenment.

Keywords: political discourse, cultural policy, human capital, youth policy, political elite, cultural enlightenment, cultural imperative, social communications

For citation: Stetsenko V.V. (2021). Development and implementation of technologies for cultural enlightenment in the context of state cultural policy: semantic guidelines and priority areas. *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 2. P. 67-77. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-67-77.

Inf. about the author: Stetsenko Vladimir Vadimovich – Lecturer of the Department of Sectoral Legal disciplines of the Taganrog Institute named after A.P. Chekhov (branch) of the Rostov State Economic University. Address: 347936, Russia, Taganrog, Initiativnaya st., 48. Email: vstetsenkov1992@gmail.com.

Received: 14.05.2021. *Accepted:* 16.06.2021.

References

- Astvatsurova M.A., Chekmenev D.S. (2018). Subjects and actors of social and political discourse in the space of public policy. Bulletin of the expert council. No. 1-2 (12-13). P. 126-131 (In Rus.).
- Baghdasaryan V.E. (2016). Cultural enlightenment in the national security system of Russia [el. access]: <http://www.cnsr.ru/press-tsentr/analiticheskie-materialy/kulturnoe-prosvetitelstvo-v-sisteme-natsionalnoy-bezopasnosti-rossii/> (accessed: 05.11.2020) (In Rus.).
- Belozerov V.K. (2011). Institute of Political Leadership of the Armed Forces of the Russian Federation. Dis. doct. polit. sciences. Moscow (In Rus.).
- Bespalenko P.N. (2009). Spiritual security in the national security system of modern Russia: institutionalization problems and solution models. Dis. doct. polit. sciences. Rostov (In Rus.).
- Bourdieu P. (1993). Sociology of politics (transl.). Moscow: Socio-Logos. P. 53-158.
- Gaman-Golutvina O.V. (2016). Political elites as an object of research in domestic political science. Political Science. No. 22. P. 38-73 (In Rus.).
- Goloborodko A.Yu. (2016). State cultural policy in the context of strengthening the national security of modern Russia (from essential meanings to priority areas). Power. No. 2. P. 112-118 (In Rus.).
- Goloborodko A.Yu., Samoilova I.N., Stetsenko V.V. (2021). Anti-corruption in the context of anti-corruption education and upbringing (on the example of the A.P. Chekhov Taganrog Institute). In: Actual problems of anti-corruption in modern Russia. Materials of the All-Russian Round Table. P. 52-61 (In Rus.).
- Goloborodko A.Yu., Stetsenko V.V. (2018) Civil-patriotic activity of student youth: analysis of sociological research // Social and humanitarian knowledge. No.11. P. 62-70 (In Rus.).
- Dragichevich-Sheshich M. (2000). Culture: management, animation, marketing. Novosibirsk: Tigra Publishing House (In Rus.).
- Kara-Murza S.G. (2017). Russian social science. Formation, methodology, crisis. Moscow: Algorithm (In Rus.).
- Karaganov S.A. (2019). Russia – returning home (instead of a preface). In: Questions of geography. Russia in the emerging Greater Eurasia. P. 9-15 (In Rus.).
- Ponedelkov A.V. (2005). Political and administrative elites of Russia in the mid-90s and 10 years later (theoretical and applied aspects of analysis). Rostov: SKAGS publishing house (In Rus.).
- Stetsenko V.V., Murishchenko N.V. (2019). Landmarks of state family policy in the context of the development strategy and expansion of the platform of state cultural policy. *Humanitarian of the South of Russia*. Vol. 8. No. 1. P. 214-228 (In Rus.).
- Yuesheng T. (2017). Foreign cultural policy of the PRC in the context of globalization. Dis. Cand. polit. sciences. Moscow (In Rus.).

СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ

SOCIOLOGY OF MANAGEMENT



■ ■ ■ Дискурс-анализ концепции «Сообщества единой судьбы» человечества и ее рефлексивная составляющая

Помозова Н.Б.

Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Российская Федерация.

Аннотация. В статье с позиции социологического дискурс-анализа предпринята осмысления основной современной внешнеполитической концепции Китая – Сообщество единой судьбы человечества. В условиях многовекторного противостояния США и Китая основная борьба идет за лояльность европейцев, а именно, граждан наиболее экономически развитых стран Евросоюза. В этом контексте Пекин рассматривает дискурсивную силу как один из главных инструментов, без освоения и применения которого невозможно естественным путем занять достойное место на международной арене. Проанализировав западные философские теории, в том числе те, что использовались при создании Европейского союза (О. Бауэр, Ж. Ренан), руководство Китая выдвинуло глобальную концепцию, ставшую результатом соответствующей социологической рефлексии. Согласно теории Ю. Хабермаса, дискурс предполагает вовлечение в обсуждение Другого и нацелен на достижение взаимопонимания и согласия. Анализ дискурса концепции Сообщества единой судьбы человечества (на материале некоторых выступлений Председателя КНР Си Цзиньпина) подтверждает следующую гипотезу: несмотря на глобальный характер и соответствующие амбиции, она формулируется таким образом, чтобы быть понятной и приемлемой, в первую очередь для европейцев.

Ключевые слова: Сообщество единой судьбы человечества, социология политики, Китай, социологическая рефлексия, дискурс-анализ

Для цитирования: Помозова Н.Б. Дискурс-анализ концепции Сообщества единой судьбы человечества и ее рефлексивная составляющая // Коммуникология. 2021. Том 9. № 2. С. 79-87. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-79-87.

Сведения об авторе: Наталья Борисовна Помозова – кандидат социологических наук, доцент кафедры Современного Востока Факультета истории, политологии и права Российского государственного гуманитарного университета. Адрес: 125047, Россия, г. Москва, Миусская площадь, 6. E-mail: promozova@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 01.06.2021. *Принята к печати:* 16.06.2021.

Введение. Руководство Китая, изучив западный опыт, осознает, что без опоры на дискурс государство не может естественным образом занять лидирующие позиции в мире. Такое понимание повлекло за собой осмысление и использование дискурсивной силы в качестве одного из главных инструментов в противостоянии с США.

Основатель этической теории дискурса Ю. Хабермас наделяет его моральным принципом, который заложен в самой его природе, поскольку предполагает во-

влечение Другого в обсуждение. Диалогическая интенция предполагает разрешение конфликтов не при помощи военного потенциала, а посредством риторического влияния, при помощи которого достигается принятие соответствующего дискурса, нормы, позиции [Хабермас].

Сообщество единой судьбы человечества является одной из центральных концепций внешней политики Китая, ее ядром, что обуславливает активную дискуссию в научных и экспертных кругах по всему миру. Официально она была впервые представлена в 2007 г. в отчетном докладе Генерального секретаря ЦК КПК Ху Цзиньтао на XVII съезде Компартии. Идея получила развитие в 2011 г. в «белой книге» под названием «Мирное развитие Китая» в части, посвященной глобальным экономическим процессам и их влияния на международные отношения. В 2012 г. она вошла в отчетный доклад Ху Цзиньтао на XVIII съезде КПК. После внесения по итогам XIX съезда поправок в Устав КПК, а в марте 2018 г. – в Конституцию КНР концепция Сообщества единой судьбы человечества была закреплена в качестве внешнеполитической цели партии и государства, соответственно. Об успешном внедрении концепции в глобальный международный дискурс свидетельствуют факт того, что начиная с 2017 г. она стала фигурировать в документах ООН¹. Несмотря на то, что Сообщество единой судьбы человечества достаточно давно присутствует не только в дискурсе КНР, нет единого понимания смыслового наполнения концепции как в китайских, так и в международных научно-экспертных кругах. В США концепция часто понимается как ревизионистская, тесно связанная с намерением построения «международных отношений нового типа» и обращенная ко всем без исключения странам, что, в общем-то, вытекает из ее названия.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью более полного понимания не только смыслового наполнения основной внешнеполитической концепции Китая, но и аудитории, которой она, главным образом, адресована.

Теоретико-методологической базой исследования стала рефлексивная социология и социологический дискурс-анализ.

В рамках многовекторного противостояния США и КНР основная борьба, в том числе дискурсивная, идет за лояльность наиболее экономически и технологически развитых стран Европейского союза, сотрудничество Китая с которыми могло бы в значительной степени способствовать достижению его превосходства, в том числе, технологического, над США. Гипотеза данного исследования заключается в том, что концепция Сообщества единой судьбы человечества, как ядро внешней политики КНР, обращена, в первую очередь, к Европе, для общения с которой Китай выбирает соответствующий, понятный ей дискурс.

Методология и обсуждение. Инструмент дискурсивной силы занимает важнейшее место во внешней политике современного Китая. Профессор университета Макао Ван Цзяньвэй полагает, что с приходом к власти Си Цзиньпина ре-

¹ Чжан Лили. Борьба за создание сообщества общего будущего человечества (на кит): <http://www.71.cn/2017/0420/944540.shtml> (дата обращения: 01.06.2021).

курс дискурсивной силы, долгое время подчиненный западным теориям международных отношений, подвергся глубокому переосмыслению китайским руководством [Jianwei Wang]. Так, в ноябре 2013 г. на третьем пленарном заседании 18-го созыва ЦК КПК в «Решении по основным вопросам, касающимся всестороннего углубления реформ» подчеркивалась необходимость продвижения внешнеполитического дискурса Китая за рубежом. А в декабре 2013 г. во время коллективной учебы членов Политбюро ЦК КПК Си Цзиньпин говорил о необходимости не только тщательно сформировать международный дискурс Китая, но и добиться его признания и доверия к нему в мире.

Отказываясь от заимствования дискурсивных стратегий Запада, Китай разрабатывает собственные концепции. Однако они не всегда позитивно воспринимаются партнерами, в частности, на Западе, в том числе, по причине того, что возникают сложности с их пониманием и интерпретацией [Надежкина, Кириллина].

Одной из главных таких концепций современного внешнеполитического дискурса Китая является Сообщество судьбы человечества. Ее смысловое наполнение, которое, возможно, не приобрело еще окончательных очертаний, опирается на конфуцианское наследие и труды западных философов, в частности, О. Бауэра и Ж.Э. Ренана, чьи идеи использовались при создании Европейского союза.

В начале XX в. приверженец марксистской теории, австрийский мыслитель и политик О. Бауэр говорил о сообществе судьбы в контексте нации. Он утверждает, что общая судьба создает сообщество характеров, и ценности этого сообщества характеров будут определять его будущее. «Нация – это совокупность людей, связанных общей судьбой в сообщество характеров» [Bauer].

Выдающийся французский философ Ж.Э. Ренан, рассуждая о нациях, видел тенденции к их слиянию в сообщество единой судьбы. «В будущем я предвижу однородное человечество, где все потоки сливаются в одну большую реку, а память о разнообразных истоках будет утеряна» [Dagon].

Д. Бандурски отмечает влияние трудов Ж.Э. Ренана и О. Бауэра, чьи идеи использовались, в том числе, при создании Европейского союза [Бандурски]. В своей статье под названием «Будущее общей судьбы», автор апеллирует к короткометражному фильму «Общая судьба» 1958г., целью которого было объяснить принципы работы «Европейского объединения угля и стали»¹, явившегося одним из этапов создания Евросоюза.

Таким образом, идеи сплоченности, объединения наций, государств близки европейцам, что подтверждается образованием в 1993 г. Европейского союза. Хотя существует достаточно много противников интеграции, в том числе внутри самого ЕС, он по-прежнему остается самым эффективным современным интеграционным объединением.

¹ A common destiny: The European Coal and Steel Community (1958): https://www.cvce.eu/en/obj/a_common_destiny_the_european_coal_and_steel_community_1958-en-e91d3ef0-7f56-4f5e-88f3-3c408fff861d.html (дата обращения: 05.04.2021).

Глубокий интерес к западным гуманитарным наукам, философским, социологическим теориям, а также личное общение китайской интеллектуальной и политической элиты с коллегами на Западе обуславливают соответствующую социологическую рефлексию, которая находит отражение в формировании внешнеполитического дискурса КНР.

Диалог Пекина и Вашингтона складывается сложно и заключен в рамки противостояния за лидерство, в том числе, дискурсивное, в системе международных отношений. Это противостояние активизировалось с приходом к власти Д. Трампа в 2017 г., оно характеризуется торговой и информационной войнами, политикой санкций, направленных на торможение экономического развития КНР и проч. При этом лояльное отношение европейцев, сотрудничество с Евросоюзом, на который приходится наибольшее количество китайских инвестиций, могло бы помочь КНР, в том числе, сохранить темпы технологического развития.

Ю. Хабермас полагает, что для того чтобы дискурсивное воздействие на Другого оказалось эффективным, необходимо этику дискурса поместить в область морали и моральные таким образом, чтобы он разделялся Другим. «Претендовать на действенность могут лишь те нормы, которые способны в практических дискурсах снискать одобрение всех, кого они касаются» [Хабермас: 101]. Именно поэтому Китай использует не только лексику, не вызывающую отторжения у европейцев, но и название самой концепции нацелено на их позитивное восприятие и одобрение.

Начиная с 2013 г., концепция Сообщества единой судьбы человечества заняла центральное место в международном дискурсе Китая. Ниже мы проанализируем лишь некоторые выступления Председателя КНР, Генерального секретаря ЦК КПК Си Цзиньпина в период с 2013 по 2020 гг., в которых звучала упомянутая концепция.

(1) Идти в ногу со временем, содействовать мирному развитию на планете

Во время своего первого зарубежного визита в новом качестве Си Цзиньпин выступил с речью «Идти в ногу со временем, содействовать мирному развитию на планете» в Московском институте международных отношений, впервые озвучив концепцию перед широкой аудиторией. Помимо самой концепции («одно сообщество с общей судьбой», «общность интересов и неделимость судеб всех субъектов мира»), были употреблены также такие ключевые словосочетания «международные отношения нового типа», «глобальная деревня», «демократическое социалистическое общество», «китайская мечта», «великое возрождение китайской нации», «мирное развитие» («Китай будет решительно идти по пути мирного развития, призывая другие страны следовать его примеру»), «всеобщая мечта о мире и развитии», «мир и развитие на всей планете» («Развитие Китая и реализация нашей китайской мечты принесет пользу не только китайскому народу, но и народам других стран мира»)¹. Таким образом, обращаясь к российской

¹ Речь Си Цзиньпина в МГИМО. 23.03.2013: <https://www.youtube.com/watch?v=5RYS44HK-mA> (дата обращения: 05.04.2021).

аудитории, китайский лидер говорил преимущественно не о двусторонних отношениях, а о глобальных амбициях КНР.

(2) Выступления Председателя КНР Си Цзиньпина 2013 – 2016 гг.

В выступлении на совещании первого этапа Саммита лидеров стран «Группы 20» 5 сентября 2013 г. «Совместному сохранению и развитию мировой экономики открытого типа» Си Цзиньпин в контексте «развития мировой экономики открытого» апеллирует к исследуемой концепции, подчеркивая, что «страны объединены общей судьбой», а также необходимость «прилагать усилия к созданию мировой экономики, характеризующейся...интеграцией интересов всех стран», что приведет к «совместному экономическому процветанию» [Си Цзиньпин 2018: 452-427].

Выступая на первом заседании Комитета государственной безопасности при ЦК КПК 15 апреля 2014 г. с небольшой речью, Си Цзиньпин употребил словосочетание «сообщество единой судьбы» в контексте внимания к коллективной безопасности, подчеркнул необходимость «поощрять продвижение разных сторон в одном направлении к целям всеобщей безопасности» [Си Цзиньпин 2018: 278]. В выступлении также, помимо названия, дважды употребляется «безопасность с китайской спецификой» по одному разу – «социализм с китайской спецификой», «китайская мечта о великом возрождении китайской нации», «мир, сотрудничество, взаимная выгода», «создание гармоничного мира».

На 70-й сессии Генассамблеи ООН в Нью-Йорке 28 сентября 2015 г. Си Цзиньпин, помимо названия речи «Работая вместе, чтобы сформировать новое партнерство взаимовыгодного сотрудничества и создать Сообщество единой судьбы человечества», дважды обратился к концепции – один раз в контексте «нового типа международных отношений, отличающегося бесприигрышным сотрудничеством», второй, в заключительной части выступления, также в связке с «партнерством отличающегося бесприигрышным сотрудничеством».

Концепция использовалась также в контексте климатической повестки, например, во время выступления на церемонии открытия Парижской конференции по изменению климата 30 ноября 2015 г. [Си Цзиньпин 2017: 578].

27 сентября 2016 г. в речи под названием «Улучшать нашу способность участвовать в глобальном управлении», произнесенной перед членами политбюро во время 35-й учебной сессии, XVIII съезд ЦК КПК представлен как отправная точка в построении «новой модели международных отношений, отличающихся сотрудничеством и взаимной выгодой». Эта новая модель – «Сообщество единой судьбы человечества», «партнерство, объединяющее все части света» [Си Цзиньпин 2017: 489].

21 января 2016 г. «сообщество единой судьбы» прозвучало в первом абзаце выступления Си Цзиньпина в штаб-квартире Лиги арабских государств. «Китай следует пути мирного развития, осуществляет самостоятельную мирную внешнюю политику, придерживается выгодной для всех стратегии открытости. Нашей приоритетной задачей является активная роль в глобальном управлении И построении Сообщества единой судьбы человечества» [Си Цзиньпин 2017: 502].

(3) Выступления Председателя КНР Си Цзиньпина 2017 – 2020 гг.

На Давосском форуме 17 января 2017 г. в речи «Общая ответственность нашего времени, содействовать глобальному росту» Си Цзиньпин выступил в защиту глобализации и сами термины глобальный, глобализация/global, globalization прозвучали 70 раз, развитие/development – 52 раза. Лидер Китая говорил о необходимости «новой философии развития», которая должна характеризоваться «динамичностью и применением инноваций», «открытостью и всеобщим выигрышем от сотрудничества», «соответствием духу времени», «сбалансированностью, равноправием и инклюзивностью». «Сообщество единой судьбы» употребляется дважды. В середине речи как констатация того состояния, в котором пребывает человечество на современном этапе, а в заключении – его построение звучит как общая цель для всех на пути к созданию лучших условий жизни для народов во всем мире¹.

Выступая через полтора года, 23 января 2017 г. в штаб-квартире ООН в Женеве, в речи, посвященной исследуемой концепции («Работать вместе, чтобы построить Сообщество единой судьбы человечества») Си Цзиньпин употребил название концепции 6 раз, которая была обозначена как «зов времени» и «предложение Китая» для того, чтобы достичь «общего бесприигрышного развития»².

В докладе Генерального секретаря на XIX Съезде Компартии Китая Си Цзиньпин «Обеспечить решительную победу в построении умеренно процветающего во всех отношениях общества и стремиться к большому успеху социализма с китайской спецификой в новую эпоху» словосочетание «Сообщество единой судьбы человечества» прозвучало 6 раз³. Название части доклада, посвященной международной повестке: «Следуя пути мирного развития и работая над созданием Сообщества единой судьбы человечества» свидетельствует о преемственности внешнеполитического дискурса китайских лидеров [Помозова: 79]. Однако название концепции употребляется в сочетании с «дипломатией с китайской спецификой», «новым типом международных отношений». Слово «сообщество» употребляется в общей сложности 14 раз, в том числе «сообщество наций», активным членом которого является Китай.

В 2020 г. в текстах выступлений Си Цзиньпина на различных международных площадках словосочетание «Сообщество единой судьбы человечества» звучало регулярно. Со времени оглашения концепции, она приобрела различные измерения – «сообщество безопасности», «сообщество развития», «сообщество культурных обменов» и проч.

¹ Полный текст выступления Си Цзиньпина на Всемирном экономическом форуме: http://www.china.org.cn/node_7247529/content_40569136.htm (дата обращения: 06.04.2021).

² Выступление Председателя КНР Си Цзиньпина в штабквартире ООН в Женеве: <http://iq.chineseembassy.org/eng/zygx/t1432869.htm> (дата обращения: 06.04.2021).

³ Xi Jinping tanpo minlizheng. Di san juan. Waijiao chubanshi, 2020. P. 1-64.

18 мая 2020 г. в выступлении «Осуществляя борьбу с COVID-19 с помощью солидарности и сотрудничества, создавая глобальное сообщество здоровья для всех»¹ – на церемонии открытия 73-й Всемирной ассамблеи здравоохранения в режиме онлайн – 2 раза и в заключении ввел новый термин внешнеполитического дискурса «сообщество единого здоровья» («global community of health»). Лидер Китая неоднократно его использовал на международных площадках, например: 17 июня в выступлении на внеочередном саммите Китай-Африка, посвященном борьбе с распространением COVID-19², выступлении на Третьем заседании Парижского форума мира³ и т.д.

Заключение. Дискурсивная сила рассматривается руководством как один из ключевых инструментов в процессе закрепления лидирующих позиций КНР в мире. Действительно, само понятие дискурса (по Хабермасу) представляет собой такой принцип организации политического пространства, где коммуникация нацелена на взаимное уважение, согласие и взаимопонимание [Литвак, Помозова]. В рамках противостояния Пекина и Вашингтона основная борьба разворачивается за лояльность европейцев, в частности, наиболее экономически развитых стран Евросоюза. Этот тезис подтверждается как формальными признаками (конечный пункт проекта «Один пояс, один путь» – Европа, на Евросоюз приходится самое большое количество китайских инвестиций, товарооборот ЕС-КНР в 2020 г. впервые превысил товарооборот ЕС-США), так и косвенными (например, фактом того, что руководящий кадровый состав главных внешнеполитических ведомств МИД КНР и МО ЦК КПК – специалисты по Европе [Литвак, Помозова: 56]). Еще одним таким неформальным признаком является смысловое и лексическое наполнение главной концепции международного дискурса Китая – Сообщество единой судьбы человечества – сформулированной в результате социологической рефлексии и с опорой на труды европейских философов (Ж. Ренан, О. Бауэр), чьи концепции использовались, в том числе, при создании Европейского союза. Руководство Китая и лично Си Цзиньпин, с именем которого ассоциируется концепция, регулярно выступает на всевозможных международных площадках, и, хотя его он обращается различным странам и народам, дискурс концепции носит глобальный характер, а сама она претендует на универсальность для международного сообщества, социологический дискурс-анализ показывает, что главным адресатом концепции является все-таки Европа, а ее

¹ Си Цзиньпин. Борьба с COVID-19 с помощью солидарности и сотрудничества. Строить глобальное сообщество здоровья для всех: https://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/wjdt_665385/zyjh_665391/t178022.html (дата обращения: 07.04.2021).

² Си Цзиньпин. Противостоять COVID-19 с помощью солидарности и сотрудничества: https://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/wjdt_665385/zyjh_665391/t1789559.shtml (дата обращения: 07.04.2021).

³ Си Цзиньпин. Сплотиться в борьбе с COVID-19, содействовать выздоровлению и охранять мир: https://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/wjdt_665385/zyjh_665391/t1831901.shtml (дата обращения: 7.04.2021).

формулировки, лексическое наполнение формируются таким образом, чтобы они были понятны и приемлемы европейцам. России, выстраивая диалог с Китаем, следует принимать во внимание его внешнеэкономические и внешнеполитические приоритеты.

Источники

Литвак Н., Помозова Н. (2021). Внешнеполитические приоритеты в кадровой политике Международного отдела ЦК КПК // *Мировая экономика и международные отношения*. Том 65. № 6. С. 51-58.

Надежкина Е.С., Кириллина Н.В. (2020). Северный сосед: мемы о народе и власти как инструмент формирования имиджа России в цифровом пространстве Китая // *Коммуникология*. 2020. Том 8. №2. С. 182-193.

Помозова Н.Б. (2018). Отражение внешнеполитического вектора в дискурсе докладов на XV – XIX съездах Коммунистической партии Китая // *Государственное и муниципальное управление. Ученые записки*. №4. С. 156-161.

Си Цзиньпин (2017). *Управление Китаем*. Издательство литературы на иностранных языках (на англ.: Xi Jinping: The Governance of China: English Language Version). Пекин.

Си Цзиньпин (2018). *О государственном управлении*. Том 1, изд.3. Издательство литературы на иностранных языках. Пекин.

Хабермас Ю. (2001). *Вовлечение другого. Очерки политической теории* / Пер. Ю.С. Медведев. СПб.: Наука.

Bandurski D. (2019). *The Future of Common Destiny*. Retrieved 05.04.2021 from: <https://www.echo-wall.eu/state-mind/future-common-destiny>.

Bauer O. (1999). *The Question of Nationalities and Social Democracy* / ed. Ed. Omar Dahbour., Micheline R. Ishay. Humanity Books.

Dagon J.V. (1999). *Ernest Renan and the Question of Race*. Diss. thesis. Retrieved 27.05.2021 from: https://digitalcommons.lsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=7936&context=gradscho ol_disstheses.

Wang J. (2018). Xi Jinping's 'Major Country Diplomacy': A Paradigm Shift? // *Journal of Contemporary China*. Vol. 28. No.15. P. 15-30.

■ ■ ■ Discourse Analysis of the Concept of the Community of the Common Destiny and Its Reflexive Component

Pomozova N.B.

Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia.

Abstract. The author attempts to comprehend, from the standpoint of sociological discourse analysis, the main modern foreign policy concept of China – the Community of the Common Destiny. In the context of the multi-vector confrontation between the United States and China, the main struggle is for the loyalty of Europeans, namely, citizens of the most economically developed countries of the European Union. In this context, Beijing views discursive power as one of the main tools, without the development and application of which it is impossible to naturally take its rightful place in the international arena. After analyzing Western philosophical theories, including those that were used to create the European Union (Bauer, Renan),

the Chinese leadership put forward a global concept that was the result of corresponding sociological reflection. According to Habermas, discourse involves the involvement of the Other in the discussion and is aimed at achieving mutual understanding and agreement. Discourse analysis of the Community of the Common Destiny (based on the material of some speeches of the PRC Chairman Xi Jinping) confirms the following hypothesis: despite its global character and corresponding ambitions, it is formulated in such a way as to be understandable and acceptable, primarily for Europeans.

Keywords: Community of Common Destiny, sociology of politics, China, sociological reflection, discourse-analysis

For citation: Pomozova N.B. (2021). Discourse analysis of the concept of the Community of the Common Destiny and its reflexive component. *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 2. P. 79-87. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-79-87.

Inf. about the author: Natalia B. Pomozova – Cand. Sc. (Soc.), assistant professor at the Department of Contemporary East of the Russian State University for the Humanities. Address: 125047, Russia, Moscow, Miusskaya sq., 6. E-mail: npomozova@mail.ru.

Received: 01.06.2021. *Accepted:* 16.06.2021.

References

- Bandurski D. (2019). The Future of Common Destiny. Retrieved 05.04.2021 from: <https://www.echo-wall.eu/state-mind/future-common-destiny>.
- Bauer O. (1999). The Question of Nationalities and Social Democracy, ed. Omar Dahbour., Micheline R. Ishay. Humanity Books.
- Dagon J.V. (1999). Ernest Renan and the Question of Race, Diss. thesis. Retrieved 27.05.2021 from: https://digitalcommons.lsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=7936&context=gradschol_dissstheses.
- Habermas J. (2001). The inclusion of the other (transl.). SPb: Nauka (in Rus.).
- Litvak N., Pomozova N. (2021). Foreign policy priorities in the human resources policy of the International Department of the CPC Central Committee. *World economy and international relations*. Vol. 65. No. 6. P. 51-58.
- Nadezhkina E.S., Kirillina N.V. (2020). The Northern Neighbor: memes about people and power as a tool for shaping the image of Russia in Chinese digital space. *Communicology (Russia)*. Vol. 8. No.2. P. 182-193.
- Pomozova N. (2018). Reflection of the foreign policy vector in the discourse of reports at the 15th – 19th Congresses of the Communist Party of China. *State and municipal administration*. No. 4. P. 151-156.
- Wang J. (2018). Xi Jinping's 'Major Country Diplomacy:' A Paradigm Shift? *Journal of Contemporary China*. Vol. 28. No. 15. P. 15-30.
- Xi Jinping (2017). The governance of China. Foreign Languages Press. Beijing.
- Xi Jinping (2018). The governance of China. Beijing (In Rus.).

■ ■ ■ Практика организации информационного обеспечения в сфере государственного управления (на примере Ленинградской области)

Макаров Д.В.

Академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. В рукописи обобщен опыт организации информационного обеспечения в сфере государственного управления на примере Ленинградской области. Автор анализирует изменения, связанные с переходом к информационному обществу, и процессы в организации информационного сопровождения, обусловленные необходимостью структурного приспособления к этим изменениям. Автором изучены и описаны в тексте различные аспекты применения электронных и цифровых технологий в системе управления информацией, показана необходимость развития эффективной коммуникационной политики других регионов России. Трансформация способов и механизмов формирования политического пространства, а также форм взаимодействия между государством и гражданским обществом являются типичными для современного социума. В то время, как идея информации как товара предшествует постепенной трансформации информационного общества, понятие стоимости относительно информации приобретает революционное значение посредством новых информационных и коммуникационных технологий.

Ключевые слова: коммуникация, государственное управление, информационные технологии, коммуникативное взаимодействие, цифровизация

Для цитирования: Макаров Д.В. Практика организации информационного обеспечения в сфере государственного управления (на примере Ленинградской области) // Коммунология. 2021. Том 9. № 2. С. 88-96. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-88-96.

Сведения об авторе: Макаров Денис Владимирович – аспирант Кафедры общественных связей и медиаполитики Института государственной службы и управления РАНХиГС. Адрес: 119571, Россия, Москва, пр-т Вернадского, 84. E-mail: RIK8865@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 04.04.2021. *Принята к печати:* 28.05.2021.

Актуальность исследования практики организации информационного сопровождения государственной и муниципальной службы обусловлена тем, что коммуникативные процессы в государственном управлении имеют свои специфические особенности и должны быть направлены на построение прочных социальных связей [Luhmann; Graham]. Использование информационных технологий в системе коммуникативного взаимодействия является необходимым в целях оптимизации системы управления на уровне субъекта РФ [Сулейманова]. Информационные технологии позволяют повысить эффективность управления:

оптимальное использование информационных технологий позволит повысить эффективность процессов государственного управления как на федеральном, так и на уровне субъектов [Ковалев]. Таким образом, в современных условиях представляется необходимым изучение практики реализации коммуникаций в сфере государственного управления [Штомпка; Bustillos; Marres].

По мнению многих авторов, коммуникации в государственном управлении Российской Федерации XXI века является важнейшей сферой, обеспечивающей связь власти с народом [Ковалев]. Как показывает отечественная и мировая практика, коммуникация в государственном управлении – это специфическая деятельность, которая нуждается в изучении и научном обосновании для применения и развития [Гуторова].

Рассмотрим пример успешной реализации коммуникаций в сфере государственного управления на примере Ленинградской области.

В целях построения эффективной системы коммуникаций в Ленинградской области в результате реализации мер административной реформы функционируют элементы инфраструктуры электронного правительства (реестр муниципальных услуг, центры публичного доступа к информации органов государственной власти и государственных электронных услуг, многофункциональные центры предоставления услуг, технические средства организации электронного межведомственного взаимодействия), внедрены системы электронного документооборота, функционируют отделы информационных технологий и защиты информации, решены многие другие задачи, связано с формированием современной базовой информационно-технологической инфраструктуры муниципальных образований [Гуторова].

По данным аналитиков, перевод 95% государственных услуг в цифровой формат в Ленинградской области будет осуществлен к 2024 году. В регионе реализуется приоритетная программа «Цифровизация госуслуг» [Антонова: 88-89]. Это и инфраструктура платформы госуслуг, и цифровой социальный профиль жителя, и проактивно предоставляемые сервисы. К концу 2021 года 40% госуслуг будут отвечать принципам проактивности и не потребуют личного посещения. До 2024 года 95% госуслуг будут переведены в цифровой вид.

Комитет цифрового развития Ленинградской области (далее – Комитет) является уполномоченным органом на осуществление координации деятельности по использованию информационно-коммуникационных технологий органами исполнительной власти Ленинградской области и заинтересованными сторонами коммуникативного процесса.

В 2020 годах году Комитетом было согласовано 25 планов информатизации органов исполнительной власти Ленинградской области на сумму 1 727 029,65 тысяч рублей, что составило примерно 0,69% от запланированной расходной части областного бюджета Ленинградской области на 2019 год. Фактические расходы на ИКТ по данным Комитета финансов Ленинградской области составили 1 655 551,72 тысяч рублей, что в расчете на одну тысячу жителей Ленинградской

области составило 590 рублей. По сравнению с 2018 годом расходы увеличились на 249 298 тысяч рублей.

По данным отчетов за 2020 год, представленных органами исполнительной власти Ленинградской области, по основным направлениям информатизации расходы на ИКТ распределились следующим образом (рисунок 1):

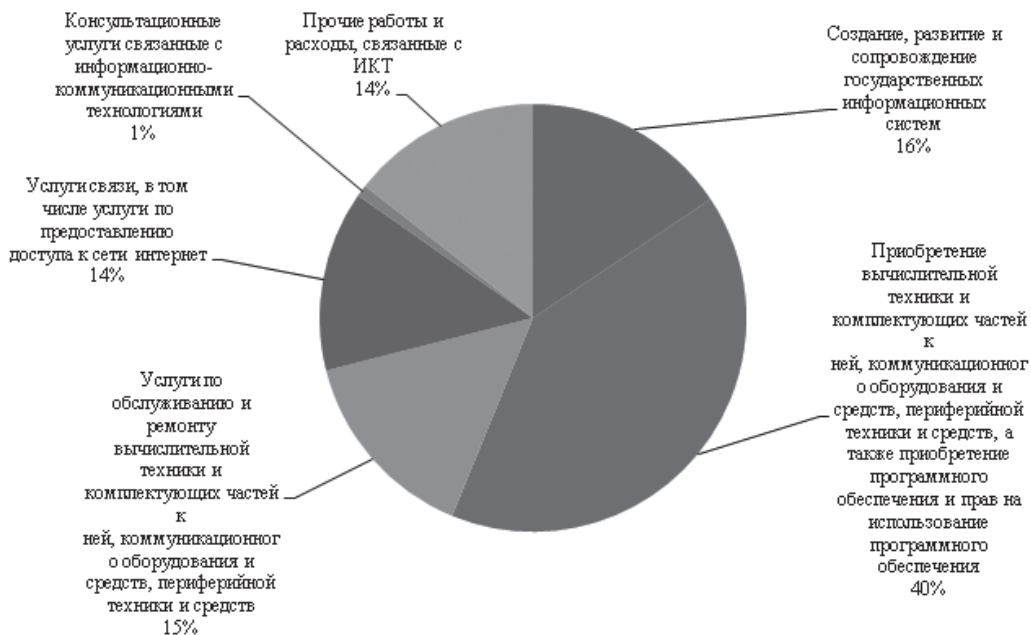


Рисунок 1. Направления расходов на ИКТ в 2020 году
(без учета централизованных закупок) /
ICT spending trends in 2020 (Lenigrad Region)

Таким образом, на создание, развитие и сопровождение государственных информационных систем – 9 465,74 тыс. руб.; приобретение вычислительной техники и комплектующих частей к ней, коммуникационного оборудования и средств, периферийной техники и средств, а также приобретение программного обеспечения и прав на использование программного обеспечения – 237 196,09 тыс. руб.; услуги по обслуживанию и ремонту вычислительной техники и комплектующих частей к ней, коммуникационного оборудования и средств, периферийной техники и средств – 86 939,40 тыс. руб.; услуги связи, в том числе услуги по предоставлению доступа к сети Интернет – 79 878,68 тыс. руб.; консультационные услуги, связанные с информационно-коммуникационными технологиями – 5 214,77 тыс. руб.; прочие работы и расходы, связанные с ИКТ – 84 260,41 тыс. руб.

Также в Ленинградской области продолжает работу ситуационный центр Губернатора, проект ситуационного центра реализован комитетом цифрового

развития Ленинградской области. Созданный центр призван обеспечивать главу региона качественными цифровыми инструментами для принятия управленческих решений на основе данных. Центр объединяет информационные и аналитические системы правительства региона и данные федеральных ведомств. В результате самая актуальная информация о жизнедеятельности региона представлена наглядно, на одной видеостене. Центр интегрирован с системой «112» Ленинградской области. В отдельных блоках на едином экране представлены мониторинг СМИ и жилищно-коммунальной сферы, отчеты об исполнении поручений губернатора и национальных проектов, данные соцопросов населения, информация о выборах. Центр используется во время видеоконференций, прямых телефонных линий, при планировании¹.

В будущем предусмотрена интеграция ситуационного центра с региональной системой управления данными. Его ключевая составляющая – цифровая панель – создана с учетом пожеланий губернатора и включает в себя 16 информационных блоков: показатели социально-экономического развития области, ЖКХ, реализации нацпроектов, данные «Открытого бюджета», госзакупок, оперативную информацию службы «112», результаты социальных опросов, рейтинги региона, мониторинг СМИ и другие. Далее планируется реализация 23 сервисов и интеграция 30 информационных систем. Таким образом, ситуационный центр будет объединять в себе федеральную статистику, региональные и муниципальные данные, ведомственную и отраслевую статистику, информацию из СМИ и от операторов связи. Все эти данные существующих информационных систем будут сведены в едином аналитическом окне и доступны заинтересованным участникам коммуникативного процесса.

В 2021 году предполагается дальнейшее развитие ключевых направлений по информатизации и цифровизации для достижений показателей региональных проектов и улучшения качества жизни граждан Ленинградской области и их взаимодействия с органами власти в рамках эффективного коммуникационного процесса. К проверенным десяти будет добавлено еще 30, после чего будет сформирована комплексная метамодель данных на региональном уровне. Параллельно будут внедряться требования к качеству данных. Предполагается устранить дублирование данных, обогатить их, изменить сценарии работы с ними, создать справочные данные. Это фундаментальный этап, который позволит нам в дальнейшем разрабатывать сценарии использования данных и осуществлять сбор данных, в том числе в ситуационный центр губернатора через РСУД².

Для решения конкретных бизнес-задач будут использоваться пять сценариев информационного обмена на региональном уровне. Взаимодействие между приоритетными информационными системами Ленинградской области-платформой

¹ Комитет цифрового развития Ленинградской области: <http://www.ksi.lenobl.ru> (дата обращения: 29.03.2021).

² Там же.

«Госуслуги», ИС «Современное образование Ленинградской области», Платформой «Цифровое строительство» и ЕГИСЗ ЛО-будет осуществляться через РСУД. Планируется внедрить четыре пилотных эталонных регистра. НСИ планируется ввести в промышленную эксплуатацию. Будут доступны 20 классификаторов федерального и регионального уровней, в том числе три обязательных, в том числе ФИАС. ФИАС будет использоваться в качестве онлайн-сервиса адресного поиска.

Для реализации этих мер разработан региональный проект закона о единстве региональных данных Ленинградской области, что позволит ввести созданный РСУД в правовое поле¹.

В настоящее время Правительство Ленинградской области готовит распоряжение о внесении законопроекта в Законодательное собрание Ленинградской области. Ленинградская область тесно сотрудничает с Министерством связи Российской Федерации и Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации. Кроме того, регион является участником эксперимента НСУД по повышению качества и связности данных, содержащихся в государственных информационных ресурсах.

Обобщая вышесказанное, можно констатировать, что Ленинградская область является пилотным регионом, который сможет создавать цифровые платформы, где можно будет получать любые данные. За прошедший год Ленинградская область продолжает строить «цифровую администрацию». Уже месяц тестируется новый центр, благодаря которому можно быстро решать различные задачи в рамках эффективного взаимодействия с населением. Несмотря на то, что ситуационный центр губернатора Ленинградской области в настоящее время только тестируется, он уже номинирован на престижную IT-премию «Лучший ситуационный центр». Кроме того, Ленинградская область вошла в число пилотных регионов по внедрению экспериментов национальной системы управления данными и построению эффективной коммуникативной политики².

В результате проведенного можно сделать следующие **выводы**.

1) Современные тенденции развития государства, описываемые теорией информационного общества и коммуникативной теорией власти, делают невозможным игнорирование необходимости совершенствовать стратегические основы коммуникационной политики органов государственной власти. К таким тенденциям относятся цифровизация индивидуального, организационного и пространственного развития; формирование правовых и институциональных основ общества знаний на международном уровне; внедрение интеллектуальных способов работы с данными и принятия решений на основе анализа больших данных в на-

¹ Комитет экономического развития и инвестиционной деятельности Ленинградской области: <https://econ.lenobl.ru/ru/budget/planning/concept2030> (дата обращения: 29.03.2021).

² Комитет цифрового развития Ленинградской области: <http://www.ksi.lenobl.ru> (дата обращения: 29.03.2021).

уке, промышленности, бизнесе, а также в государственном управлении; управленческие трансформации и формирование все новых компетенций у стейкхолдеров информационного общества, к которым в том числе относятся государственные служащие.

2) Проведенный анализ информационного обеспечения администрации Ленинградской области показал, что в Ленинградской области в результате реализации мероприятий административной реформы функционируют элементы инфраструктуры электронного правительства (реестр муниципальных услуг, центры публичного доступа к информации органов государственной власти и государственных электронных услуг, многофункциональные центры предоставления услуг, технические средства организации электронного межведомственного взаимодействия), внедрены системы электронного документооборота.

Стратегической целью в рамках повышения эффективности системы управления стратегическим развитием Ленинградской области является повышение конкурентоспособности региональной сферы информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и обеспечение широкого использования ИКТ и современных услуг для построения эффективной коммуникативной политики. С этой целью в 2021 году продолжается реализация программы РСУД в Ленинградской области, которая направлена на повышение эффективности создания, сбора и использования государственных данных как для предоставления государственных и муниципальных услуг, так и для реализации государственных и муниципальных функций, а также на удовлетворение потребностей физических и юридических лиц в доступе к информации. Ожидаемый эффект от внедрения РСУД в Ленинградской области для органов и организаций государственного сектора эксплуатацию и развитие (модернизацию) информационных систем органов и организаций государственного сектора за счет введения единых требований к управлению данными, отказа от комплексной интеграции участников взаимодействия в Ленинградской области.

Клиентоориентированность и процессный подход – это основополагающие принципы построения успешного коммуникативного взаимодействия в сфере государственного управления, поэтому главный вызов для их успешного внедрения — изменение управленческой парадигмы от функциональной к процессной. Новый менеджмент потребует от чиновников перенастройки фокуса с «государства-производителя» на «гражданина-потребителя». При этом качество должно рассматриваться не только как соответствие стандарту и установленным требованиям, но и как степень удовлетворения нужд и ожиданий многочисленных заинтересованных сторон, в первую очередь своих потребителей — граждан. Интеграция процессного подхода в управленческую практику органов исполнительной власти России и закрепление процессной доминанты над функциональной в деятельности госструктур позволит существенно повысить внутреннюю эффективность. Кроме того, свойственное процессной модели размытие границ между менеджментом частного и публичного секторов способствует ак-

тивному трансферу в сферу государственного управления методов из бизнеса, основанных на новейших цифровых технологиях [Штриков].

В заключение необходимо подчеркнуть, что Ленинградская область является лидером по предоставлению государственных услуг жителям в электронном виде. Во многих регионах России большие игроки ИТ – рынка участвуют в создании новых инструментов для жителей в формате ГЧП. Сейчас доля граждан, пользующихся электронными сервисами госуслуг, уже превысила 60%, а до 2024 года может увеличиться до 80%. Кроме того, область занимает лидирующие позиции по внедрению цифровых пространственных сервисов для инвесторов и других заинтересованных сторон коммуникативного процесса, что позволяет считать данный опыт успешным и использовать в практике регионов РФ.

Источники

- Антонова Ю.П. (2019). Коммуникативные процессы в системе государственного управления // Бюллетень науки и практики. № 10. С.88-89.
- Гуторова А.Л. (2019). Система государственного управления. М.: ГУУ.
- Штриков С.А. (2020). Стратегические ориентиры государственной коммуникационной политики в информационном обществе // Управленческое консультирование. № 1. С. 43-55.
- Штомпка П. (1996). Социология социальных изменений / П. Штомпка, пер. с англ.; под ред. В.А. Ядова. М.: Аспект Пресс.
- Шутов В.С. (2013). Роль социокультурных факторов в политической модернизации современной России // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. №2 (10). С.147-154.
- Ковалев С.В. (2014). Теоретические и практические методы моделирования социальных коммуникаций в гос. управлении // Научное обозрение. № 11-1. С. 330-335.
- Сулейманова Ш.С. (2013). Медиаполитика в современном российском обществе. М.: Этносоциум.
- Bustillos J. (2017). The Digital Divide. Neoliberal Imperatives and education. In: S. Isaacs (ed.) European Social Problems. London – New York: Routledge.
- Marres N. (2017). Digital Sociology. The Reinvention of Social Research. Cambridge; Polity Press.
- Graham M.W., Avery E., Park S. (2015). The role of social media in local government crisis communications. *Public Relations Review*. No. 41. P.386-394.
- Luhmann N. (1992). What is communication? *Communication Theory*. Vol.2. Iss.3. P. 251-259.

■ ■ ■ The Practice of Communication Management in the Field of Public Administration (on the example of Leningrad Region)

Makarov D.V.

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russia.

Abstract. The manuscript summarizes the experience of communication management in the field of public administration on the example of the Leningrad region. The author analyzes the changes associated with the transition to the information society and the ongoing processes in the organization of information support, due to the need for structural adaptation to these changes. In the paper, the author represents the results of his study and describes various aspects of the use of electronic and digital technologies in the information management system, that shows the need for the development of an effective communication policy in other regions of Russia. The transformation of the methods and mechanisms for the formation of political space, as well as the forms of interaction between the state and civil society is typical for modern society. While the idea of information as a commodity precedes the gradual transformation of the information society, the concept of value in relation to information is taking on a revolutionary meaning through new information and communication technologies.

Keywords: communication management, public administration, information technologies, interaction, digitalization

For citation: Makarov D.V. (2021). The practice of communication management in the field of public administration (on the example of Leningrad Region). *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 2. P. 88-96. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-88-96.

Inf. about the author: Makarov Denis Vladimirovich – postgraduate student of the Department of Public Relations and Media Policy of the Institute of Public Administration and Civil Service, RANEPA. Address: 119571, Russia, Moscow, Vernadsky ave., 84. E-mail: RIK8865@mail.ru.

Received: 04.04.2021. *Accepted:* 28.05.2021.

References

- Bustillos J. (2017). The Digital Divide. Neoliberal Imperatives and education. In: S. Isaacs (ed.) *European Social Problems*. London – New York: Routledge.
- Marres N. (2017). *Digital Sociology. The Reinvention of Social Research*. Cambridge; Polity Press.
- Graham M.W., Avery E., Park S. (2015). The role of social media in local government crisis communications. *Public Relations Review*. No. 41. P.386-394.
- Luhmann N. (1992). What is communication? *Communication Theory*. Vol.2. Iss.3. P. 251-259.
- Antonova Yu.P. (2019). Communicative processes in the system of public administration. *Bulletin of Science and Practice*. No. 10. P.88-89 (In Rus.).
- Gutorova A.L. (2019). *Public administration system*. Moscow (In Rus.).
- Shtrikov S.A. (2020). Strategic guidelines of state communication policy in the information society. *Management consulting*. No. 1. P. 43-55 (In Rus.).

Sztompka P. (1996). The Sociology of Social Change (transl., ed. V.A. Poison). M.: Aspect Press (In Rus.).

Shutov V.S. (2013). The role of socio-cultural factors in the political modernization of modern Russia. *Bulletin of the Tomsk State University. Culturology and art history*. No. 2(10). P. 147-154 (In Rus.).

Kovalev S.V. (2014). Theoretical and practical methods of modeling social communications in the state management. *Scientific Review*. No. 11-1. P. 330-335 (In Rus.).

Suleimanova Sh.S. (2013). Media policy in modern Russian society. M.: Ethnosocium (In Rus.).

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ, ТЕХНОЛОГИИ

POLITICAL INSTITUTIONS, PROCESSES AND TECHNOLOGIES

■ ■ ■ Виртуальные сетевые коммуникации и политическая поляризация общества (на примере Соединенных Штатов Америки)

Фельдман П.Я., Завалишин Н.С.

Академия труда и социальных отношений, Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Статья посвящена оценке степени влияния виртуальных сетевых коммуникаций на уровень идеологической поляризации общества. Теоретической базой исследования послужили труды зарубежных авторов, посвященные проблемам сетевого общества и сетевой коммуникации, а эмпирической базой – результаты наблюдения за информационно-коммуникационными процессами, сопровождавшими кампанию по выборам президента США 2020 г. Применение коммуникативного и сетевого подходов позволило проследить взаимосвязь между массовым использованием популярных интернет-сервисов и политической радикализацией граждан. Авторы приходят к выводу о том, что виртуальная сетевая коммуникация обладает высоким конфликтотенциалом. Она обеспечивает кооперацию между группами политических единомышленников, но усугубляет поляризацию общества. Алгоритмы «новых медиа» априори настроены на стимулирование идеологического противоборства. Принцип максимальной персонализации контента погружает рядовых пользователей в «информационные коконы» («эхо-камеры»), где они оказываются изолированными от альтернативных взглядов на окружающую действительность.

Постоянно провоцируя аудиторию социальных сетей на эмоциональные реакции, политические акторы и средства массовой информации сознательно обостряют существующие в обществе противоречия. Они наполняют виртуальную среду резонансными заявлениями, взаимными оскорблениями и «фейковыми новостями». Ощущение вседозволенности, испытываемое индивидами при использовании социальных сетей, способствует радикализации дискурса «новых медиа». Ключевая проблема заключается в том, что это положение дел устраивает IT-корпорации и отвечает партийным интересам субъектов политической борьбы. С точки зрения авторов статьи, объективно назрела необходимость внедрения жестких политико-управленческих механизмов, способных обеспечить упорядочение коммуникационных процессов в виртуальной среде. В современной России, как и в США, существуют предпосылки для идеологической поляризации общества. Велика опасность того, что в период судьбоносных электоральных кампаний федерального уровня идеологическая конфронтация в социальных сетях может перерасти в открытое силовое противоборство. Для предотвращения реализации этого негативного сценария требуется качественная модернизация существующей нормативной базы в сфере регулирования сетевых коммуникаций.

Ключевые слова: сетевое общество, сетевая коммуникация, политическая коммуникация, социальные сети, идеологическая поляризация общества

Для цитирования: Фельдман П.Я., Завалишин Н.С. Виртуальные сетевые коммуникации и политическая поляризация общества (на примере Соединенных Штатов Америки) // Коммуникология. 2021. Том 9. № 2. С. 98-109. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-98-109.

Сведения об авторах: Фельдман Павел Яковлевич – кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры философии и социологии Академии труда и социальных отношений; Завалишин Николай Сергеевич, аспирант кафедры философии и социологии Академии труда и социальных отношений. Адрес: 119454, Россия, г. Москва, ул. Лобачевского, 90. E-mail: pavelfeld@mail.ru, nikzavik@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 17.03.2021. Принята к печати: 28.04.2021.

Коммуникационная подсистема современного общества подвержена экзистенциальным рискам, связанным с широким внедрением цифровых технологий в повседневный обиход граждан. Среди прочих информационных вызовов и угроз наибольшую опасность, на наш взгляд, представляют социальные сетевые платформы и сервисы, которыми пользуются миллиарды людей по всему миру. Еще на заре «эпохи соцсетей» представители научно-экспертного сообщества предупреждали, что соответствующие ресурсы могут использоваться политическими субъектами в целях манипулирования массовым сознанием. Однако, как выяснилось позже, основополагающие принципы функционирования виртуальных коммуникационных платформ косвенно способствуют эскалации политических конфликтов и угрожают целостности общества. Авторы настоящей статьи видят своей целью оценку степени деструктивного влияния социальных сетей, популярных видеохостингов и поисковых систем на политическое сознание и поведение граждан. Теоретической базой исследования послужили труды зарубежных ученых, посвященные проблемам сетевого общества и сетевой коммуникации, а эмпирической базой – результаты наблюдения за информационно-коммуникационными процессами, сопровождавшими кампанию по выборам президента США 2020 г.

Концептуально-методологические аспекты изучения коммуникативных процессов в сетевом обществе

Знакомство с фундаментальными теоретическими работами, посвященными изучению сетевой коммуникации, приводит к выводу о том, что она таит в себе целый ряд скрытых угроз. Задолго до внедрения интернет-технологий в широкий социальный обиход западные авторы попытались концептуализировать существенные признаки общества, соответствующего сетевой модели устройства [Van Dijk; Wellman]. Подобное общество противопоставляется архаичным иерархическим структурам, которым присуща ярко выраженная дихотомия «центр – периферия». Американский исследователь Ф. Капра утверждает, что сеть представляет собой общий паттерн для всех видов жизни [Capra]. Согласно теории М. Кастельса, глобальный прорыв в сфере цифровых технологий совпал с изменением основополагающих принципов социальной организации в государственном управлении, бизнесе, культуре и частной жизни [Castells]. Появление разветвленной цифровой инфраструктуры и так называемых «новых медиа» лишь за-

крепило наметившиеся тенденции. Тканью сетевого общества являются индивиды, интенсивно обменивающиеся информацией в рамках разного рода виртуальных ячеек. Эти иерархически неупорядоченные ячейки образуются по принципу схожести интересов, целей, пристрастий и мировоззренческих позиций их членов. Они служат интерактивными площадками для коллективного генерирования смыслов, идей и иных интеллектуальных продуктов. При этом внутренняя структура сети не предполагает наличия «командного пункта», который бы посылал управленческие импульсы периферийным звеньям.

На первый взгляд, сетевое общество обладает колоссальным коммуникационным потенциалом, который реализуется в рамках межличностной и межгрупповой кооперации. В то же время, сам М. Кастельс отмечает, что сети не только сотрудничают, но и конкурируют друг с другом. Порой данная конкуренция принимает весьма деструктивные формы. Залогом сетевого сотрудничества испанский социолог видит использование общих протоколов межкультурной коммуникации, которые помогали бы носителям разных идентичностей находить взаимопонимание друг с другом [Castells]. Особенно сложно выработать подобные протоколы в политической сфере, где идет ожесточенная борьба за самый ценный в мире ресурс – власть. Существуют очевидные пределы бесконфликтного взаимодействия между сетями политических единомышленников. Например, в США левые либералы могут найти точки соприкосновения с умеренными (центристскими) демократами, но мировоззренческая пропасть между ними и правыми консерваторами («трампистами») непреодолима. Таким образом, крупные политические сети всегда формируются вокруг разных идеологических полюсов. Стремительный обмен информацией внутри конкурирующих сетей лишь ускоряет процесс поляризации общества.

Появление «новых медиа» подтвердило реалистичность футурологических сценариев развития системы сетевых коммуникаций. Присущий им высокий уровень интерактивности позволяет получателям информации в режиме онлайн взаимодействовать с ее источником и другими реципиентами. При этом адресаты сообщений в любой момент могут превратиться в создателей и распространителей общественно значимого контента. Внедрение цифровых технологий до предела снизило ценз на вхождение индивидов в публичное информационное пространство. Результатом снижения этого ценза стало появление безответственных лидеров мнений и сетевых демагогов, использующих ценностно-идеологические противоречия для расширения собственной аудитории. Обладая высокой конфликтогенностью, виртуальные коммуникационные сети практически не поддаются регулирующему воздействию со стороны государства, поскольку им чужды такие качества, как иерархичность и управляемость. До недавнего времени эта проблема оставалась на периферии политического дискурса и мало волновала экспертное сообщество. Однако теперь стало очевидно, что популярные интернет-сервисы и медиа-платформы образовали параллельную социальную реальность, где не действуют традиционные нормы политической этики и морали.

На современном этапе именно виртуальное пространство служит ареной и одновременно питательной средой для идеологического противоборства. Полагаем, что сама природа онлайн-коммуникации несет в себе мощные конфликтогенные факторы. Во-первых, Интернет дарит пользователям ощущение безнаказанности, что радикально понижает уровень их морально-этической ответственности друг перед другом. В личной переписке и комментариях они позволяют себе агрессивные выпады, которые никогда бы не смогли совершить в режиме живого общения. Во-вторых, «всемирная паутина» представляет собой настоящий театр военных действий, где специально подготовленные профессионалы систематически совершают информационные провокации, направленные на политическую дестабилизацию стран-противников. Они злонамеренно стравливают носителей противоположных взглядов, наполняя социальные сети «фейковыми новостями», слухами, резкими оценочными суждениями. В-третьих, сетевое пространство плохо поддается упорядочивающему влиянию со стороны государства и до сих пор остается «серой зоной» правового нигилизма. Вопросы регулирования коммуникативных процессов, разворачивающихся в Интернете, занимают приоритетное место в проблемной повестке всех мировых держав.

Информационно-коммуникационные предпосылки идеологической поляризации общества

Владение технологиями информационного обмена в сети Интернет является неотъемлемым атрибутом коммуникативной компетентности современного человека. Высокая степень доступности и удобства электронных ресурсов способствует виртуализации традиционных форматов общения во всех сферах жизнедеятельности общества. Дополнительную динамику этому процессу придала ситуация с COVID-19, которая до предела ограничила возможность офлайн-интеракции между людьми. На период пандемии пришлось политические события глобального масштаба, нуждавшиеся в коллективном осмыслении и обсуждении. Как следствие, в Интернете интенсифицировался обмен информацией, прямо или косвенно связанной с проблематикой власти. В англоязычном сегменте «всемирной паутины» ключевыми триггерами общественных дискуссий послужили такие события, как убийство афроамериканца Д. Флойда сотрудником полиции, протесты движения «Black lives matter», выборы президента США, штурм Капитолия сторонниками праворадикальных движений, попытка вынести импичмент Д. Трампу. Однако вместо конструктивных дебатов в онлайн-пространстве развернулась ожесточенная конфронтация, итогом которой стал глубокий идеологический разлом общества.

Основной причиной фрагментации и поляризации американской нации вполне оправданно считаются провокационные действия политических акторов, остро конкурирующих друг с другом [Heltzel, Laurin]. Некоторые эксперты возлагают персональную ответственность за это на Д. Трампа, чьи одиозные заявления и публикации в социальных сетях до предела обострили идейно-ценностные про-

тиворечия между избирателями [Reyes, Ross]. Эскалации политической напряженности косвенно способствовали американские СМИ, которые в погоне за вниманием аудитории насыщали свой эфир резонансными новостями и эмоционально окрашенными сообщениями. Будучи напрямую вовлеченными в электро-ральную борьбу, традиционные масс-медиа подавали информацию в максимально тенденциозном, ангажированном ключе [Kim; Hyun]. Специалист в области политической коммуникации М. Прайер отмечает, что одностороннее освещение президентской гонки ведущими телеканалами и печатными изданиями повлияло не столько на рядовых американцев, сколько на узкий сегмент политически вовлеченных граждан [Prior]. Впоследствии лидеры мнений перенесли агрессивную информационную повестку в социальные сети, где и развернулась конфликтная коммуникация.

Релевантный американский опыт убедительно свидетельствует о том, что виртуальная конфронтация в социальных сетях может стремительно конвертироваться в реальное политическое насилие и массовые беспорядки. Как следствие, актуализируется потребность в установлении скрытых, малоизученных причин идеологической фрагментации современного информационного общества. Помимо деструктивного поведения политических акторов, агрессивной риторики СМИ и конфликтогенных факторов, объективно присущих онлайн-коммуникации, очевидно, существуют и иные объяснения стремительно растущего уровня агрессии участников политических дискуссий в сети Интернет. По мнению авторов настоящей статьи, данная проблема уходит своими корнями в основополагающие принципы функционирования социальных сетевых платформ. Отчасти они сформировались стихийно, а отчасти были сознательно заложены IT-корпорациями в базовые алгоритмы таких сервисов, как Twitter, Google, Facebook и др.

«Информационные коконы», «пузыри фильтров» и иные издержки виртуальной коммуникации

Важнейшая особенность интернет-коммуникации заключается в максимальной персонализации пользовательского контента. Более 10 лет назад американские исследователи А. Монтгомери и М. Смит справедливо назвали персонализацию ключевым компонентом интерактивной маркетинговой стратегии, ведь она позволяет с высокой точностью нацеливать рекламные сообщения на их потенциальных потребителей [Montgomery, Smith]. Не секрет, что медиа-гиганты в автоматическом режиме накапливают и обрабатывают информацию о своих клиентах. Они формируют их персональные профили на основе учета социально-демографических характеристик, потребительских решений, индивидуальных пристрастий, политических воззрений и иных личностных особенностей. Владея колоссальным объемом персональных данных, онлайн-магазины, поисковые системы, видеохостинги и социальные сети рекомендуют целевой аудитории к просмотру лишь те материалы, которые соответствуют ее заранее сформированным интересам и потребностям. К примеру, человек, несколько раз

посмотревший на YouTube ролики с выступлениями Д. Трампа, в течение долгого времени будет автоматически получать в рекомендациях видео с участием 45-го президента США и других известных апологетов правоконсервативных идей.

В англоязычном дискурсе вышеописанное явление получило название «пузырь фильтров». Так, американский исследователь С. Эди утверждает, что Facebook заманивает пользователей в «ловушку фильтров», которая отражает лишь их собственные взгляды [Adee]. Оказавшись в этой ловушке, пользователи рискуют никогда не столкнуться с материалами, способными качественно изменить их мировоззрение и принципиально расширить кругозор. Как следствие, возникает угроза политической партикуляризации общества. Однако вышеупомянутый автор винит в этом не только IT-компании, но и потребителей их услуг, которые не желают прикладывать усилий для формирования многогранной и выпуклой картины реальности. Зачастую они банально ленятся искать информацию, которая бы отражала альтернативный взгляд на актуальные политические проблемы. Кроме того, владельцы аккаунтов в социальных сетях самостоятельно формируют свою новостную ленту, вступая в виртуальные группы по интересам и подписываясь на идеологически близкие им каналы. В результате вокруг индивидов формируются плотные «информационные коконы», очерчивающие границы их внутреннего мира. «Информационные коконы» и «пузыри фильтров» оказываются чрезвычайно комфортными для интеллектуальной жизни, ведь любые сообщения, поступающие сквозь них, лишь укрепляют убежденность пользователей в правильности их взглядов. В коммуникологии данный феномен называется «эффектом эхо-камеры». Переломить сложившуюся ситуацию в условиях, когда ни граждане, ни IT-компании не хотят ничего менять, крайне сложно. Для этого требуются волевые политико-управленческие решения со стороны государства.

О необходимости государственного регулирования виртуальных коммуникативных процессов на современном этапе говорят даже те исследователи, которые ранее выражали абсолютную приверженность либеральным ценностям. В частности, Ф. Фукуяма акцентирует внимание на необходимости жесткой административной регламентации деятельности IT-гигантов, владеющих социальными сетями и иными виртуальными ресурсами [Fukuyama, Richman, Goel]. До недавнего времени медиа-корпорации воспринимались исключительно как поставщики высокотехнологичных услуг, чья функция сводится к созданию цифровой инфраструктуры для горизонтальной и вертикальной коммуникации. Однако в ходе кампании по выборам президента США 2020 г. стало ясно, что Facebook, Google и Twitter являются заинтересованными субъектами американской политики и могут применять свои гигантские информационно-коммуникационные ресурсы для формирования электоральных предпочтений граждан. Указанные компании всячески способствовали ухудшению имиджа Д. Трампа, осуществляя нарочитое модерирование его сообщений в социальных сетях и снабжая их предупредительной маркировкой, как потенциально опасный контент. Twitter и вовсе удалил аккаунт 45-го президента США, без суда и следствия обвинив его в под-

стрекательстве сторонников правоконсервативных идей к штурму Капитолия. Впрочем, и ранее имелись веские основания полагать, что виртуализация массовой политической коммуникации чревата дивергенцией ценностных систем и снижением уровня гражданской сплоченности.

Конфликтогенные алгоритмы социальных сетей: основные угрозы и риски

Алгоритмы функционирования популярных интернет-сервисов и сетевых платформ, на наш взгляд, таят в себе существенную опасность. Они настроены таким образом, что вниманию аудитории автоматически предлагаются материалы, собирающие максимальное количество просмотров, «лайков», репостов и комментариев. Для продвижения контента в социальных сетях нужно постоянно провоцировать публику на бурную и молниеносную реакцию. Ничто не стимулирует политические дискуссии в Интернете лучше, чем деструктивные информационные вбросы. Как справедливо отмечают американские исследователи А. Хаселл и Б. Викс, современные политики, блогеры и СМИ сознательно раздражают обитателей сетевого пространства в расчете на их эмоциональный отклик [Hasell, Weeks]. Присмотритесь к этому отклику: форму агрессивного осуждения или воодушевленного одобрения – не столь важно. Главное, чтобы аудитория не оставалась индифферентной по отношению к информационным продуктам. Со временем чувствительность публики к внешним раздражителям падает, и тогда производителям контента приходится повышать уровень пикантности материалов. Систематически вызывая у аудитории острые переживания положительного и отрицательного свойства, социальные сети дестабилизируют психоэмоциональное состояние граждан и сеют раздор в обществе.

В условиях, когда популярность сетевого контента детерминирована силой и интенсивностью реакции на него, определяющую роль начинают играть пассионарные пользователи, принимающие наиболее активное участие в виртуальных дискуссиях. Немецкие исследователи О. Папакриакопулос, Х. Карлос, М. Серрано и С. Хегелих называют таких пользователей «гиперактивными» [Papakyriakopoulos, Carlos, Serrano, Hegelich]. Они выступают лидерами общественного мнения и задают тон публичных политических дискуссий, формируя альтернативную информационную повестку. В современных коммуникационных реалиях едкие и остроумные комментарии под новостями в социальных сетях привлекают к себе едва ли не больше внимания, чем сами новости. По мнению вышеупомянутых экспертов, авторы подобных комментариев влияют на работу рекомендательных систем, чьи алгоритмы настроены на популяризацию контента, вызывающего широкий общественный резонанс. Именно «гиперактивные пользователи» в значительной мере определяют, какие информационные продукты будут автоматически рекомендованы к просмотру массовой аудитории. Финские эксперты И. Коиранен, А. Коивула, А. Сааринен и Т. Кейпи видят причиной сетевой «гиперактивности» граждан их принадлежность к партиям и общественным движениям [Koivula, Koironen, Saarinen, Keipi]. Мы же полагаем, что она, скорее, об-

условлена одержимостью радикальными идеями, наличием материальных стимулов, либо выполнением определенных политических задач. В любом случае «гиперактивные пользователи» становятся клиньями, раскалывающими аудиторию на непримиримые фракции.

Можно согласиться с испанскими учеными М. Гояносом, П. Борой и Х. Цунигой, по мнению которых, в современном прогрессивно поляризованном обществе пользователи социальных сетей все чаще сталкиваются с оскорбительными нецивилизованными комментариями, радикальными идеями и шокирующим новостным контентом [Goyanes, Borah, Zuniga]. Остается лишь добавить, что подобное положение дел полностью отвечает интересам IT-компаний и политических блогеров, стремящихся любой ценой привлечь внимание аудитории. Исследователи из Южной Кореи С. Хон и С. Ким, обобщив богатый эмпирический материал, убедительно доказывают, что максимальное количество подписчиков в Twitter отмечается у политиков с наиболее радикальными взглядами (лучшим подтверждением этого тезиса до недавнего времени служил Д. Трамп). С их точки зрения, социальные сети способствуют идеологической поляризации общества и развитию политического экстремизма [Hong, Kim].

Социальные сети и электоральная коммуникация

Значение социальных сетей как инструментов политической мобилизации стремительно возрастает в период избирательных кампаний. Как справедливо отмечают некоторые зарубежные авторы, стимулирование электоральной активности при помощи интернет-технологий подталкивает пользователей к идеологическим полюсам [Lee, Shin, Hong]. Стремясь обеспечить максимальную явку лояльного электората, политические лидеры и партии сознательно поднимают эмоциональный градус дискуссий в социальных сетях. Они пытаются создать у своих сторонников ощущение экзистенциального выбора, когда каждый голос важен для обеспечения победы «сил добра над силами зла». При этом главным стимулом электоральной активности выступает целенаправленно культивируемая неприязнь по отношению к оппонентам. У преданных сторонников тех или иных политических сил формируется негативный образ врага, олицетворяющего собой чуждые им идеалы и ценности. В социальные сети вбрасываются провокационные заявления и новости, которые всякий раз ставят потенциального избирателя перед необходимостью защищать свою политическую идентичность. Как следствие, антагонистически настроенные группы электората оказываются на разных полюсах идеологического спектра и переходят к открытой конфронтации. Особенно глубокая поляризация общества происходит в странах с двухпартийными системами, где все многообразие политических альтернатив сводится к дихотомии «консерваторы – либералы».

Главная проблема заключается в том, что после окончания выборов противостояние в социальных сетях не только не угасает, но и получает дополнительную динамику. Ресентимент сторонников проигравшей партии изливается в Интер-

нет, принимая форму раздраженных постов и оскорбительных комментариев. Существенную угрозу представляют публикации, ставящие под сомнение официальные результаты голосования. Иллюстрацией вышеприведенных тезисов служит несогласие сторонников правоконсервативных идей с победой Д. Байдена на выборах президента США. Как показывает практика, это несогласие может принимать активные формы. В настоящий момент американская нация пребывает в состоянии беспрецедентной идеологической раздробленности. На одном политическом полюсе находятся условные «трамписты», а на другом – симпатизанты движения «Black lives matter» (BLM). Продолжение их ожесточенных баталий в Интернете свидетельствует о накоплении конфликтного потенциала, который рано или поздно прорвется из соцсетей на улицу. Примирение враждующих социальных фракций уже не представляется возможным.

Для снижения уровня политической поляризации современного сетевого общества необходимо разрушать «информационные коконы» и высвобождать пользователей из так называемых «эхо-камер». На первый взгляд, панацеей могла бы стать «бомбардировка» индивидов сообщениями, потенциально способными расширить их мировоззренческие горизонты. Однако результаты эксперимента, проведенного коллективом американских ученых, наглядно опровергают эту гипотезу. В рамках данного эксперимента преданным сторонникам Республиканской и Демократической партий было предложено материальное вознаграждение за подписку на ботов, которые в течение месяца наполняли их новостные ленты идеологически чуждыми материалами. В итоге республиканцы, следившие за либеральным Twitter-ботом, стали значительно более консервативными. Аналогичным образом демократы, потреблявшие правоконсервативный контент, еще прочнее укрепились на своих исходных позициях [Bail, Argyle, Brown, Bumpus, Chen, Hunzaker, Lee, Mann, Merhout, Volfovsky]. Вероятно, существует некая «точка невозврата», по достижении которой верных адептов политических идеологий уже невозможно переубедить. Более того, столкновение с альтернативной информационной реальностью в социальных сетях лишь повышает уровень их агрессии и радикализма.

Выводы

Виртуальная сетевая коммуникация обладает высоким конфликтогенным потенциалом. Она обеспечивает кооперацию между группами единомышленников, но усугубляет политическую поляризацию общества. Алгоритмы популярных интернет-сервисов и «новых медиа» настроены на стимулирование идеологического противоборства. Принцип максимальной персонализации контента погружает рядовых пользователей в «информационные коконы» («эхо-камеры»), где они оказываются изолированными от альтернативных взглядов на окружающую действительность. Постоянно провоцируя аудиторию социальных сетей на эмоциональные реакции, политические акторы и средства массовой информации сознательно обостряют существующие в обществе противоречия. Они наполня-

ют виртуальную среду резонансными заявлениями, взаимными оскорблениями и «фейковыми новостями». Иллюзорное ощущение вседозволенности, испытываемое индивидами при использовании социальных сетей, способствует радикализации дискурса «новых медиа». Ключевая проблема заключается в том, что это положение дел полностью устраивает IT-корпорации и отвечает партикулярным интересам субъектов политической борьбы.

В ходе электоральной кампании по выборам президента США 2020 г. внятно проявились негативные последствия всех вышеуказанных тенденций. Стала очевидной необходимость внедрения жестких регулятивных механизмов, которые идут вразрез с либеральными ценностями и фундаментальными принципами организации сетевого общества. Никто, кроме государства, не способен упорядочить коммуникационные процессы в виртуальной среде. Эта работа сопряжена с принятием непопулярных политических решений, техническими проблемами, ошибками и репутационными издержками для власти. Однако негативный опыт США служит весомым аргументом в пользу необходимости применения жестких контрольно-административных мер в отношении IT-гигантов (Twitter, Google, Facebook) и потребителей их услуг. Подобно тому, как американская нация оказалась расколотой на правых «трампистов» и сторонников BLM-движения, российское общество рискует распасться на враждующие фракции условных «консерваторов-патриотов» и «либералов». Если в официальных институтах политического представительства на данный момент преобладают первые, то в виртуальной среде доминируют вторые. Следовательно, велика опасность того, что в период судьбоносных электоральных кампаний федерального уровня идеологическая конфронтация в социальных сетях может перерасти в открытое силовое противостояние. Для предотвращения реализации этого негативного сценария требуется качественная модернизация существующей нормативной базы в сфере регулирования сетевых коммуникаций.

Источники / References

- Adee S. (2016). Burst the filter bubble. *New Scientist*. Vol. 232. No. 3101. P. 24-25.
- Bail C., Argyle L., Brown T., Bumpus J., Chen H., Hunzaker F., Lee J., Mann M., Merhout F., Volfovsky M. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *PNAS*. Vol. 115. No. 37. P. 9216-9221.
- Capra F. (2002). *The Hidden Connections*. London: Harper Collins.
- Castells M. (2013) *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Fukuyama F., Richman B., Goel A. (2021). How to Save Democracy From Technology. *Foreign Affairs*. Vol. 100. No. 1. P. 75-91.
- Goyanes M., Borah P., Zuniga H. G. (2021). Social Media Filtering and Democracy: Effects of Social Media News Use and Uncivil Political Discussions on Social Media Unfriending. *Computers in Human Behavior*. Vol. 125. No. 2. P. 45-67.
- Hasell A., Weeks B. (2016). Partisan Provocation: The Role of Partisan News Use and Emotional Responses in Political Information Sharing in Social Media. *Human Communication Research*. Vol. 42. No. 4. P. 641-661.
- Heltzel G., Laurin K. (2020). Polarization in America: two possible futures. *Current Opinion in Behavioral Sciences*. Vol. 34. P. 179-184.

Hong S., Kim S.H. (2016). Political polarization on twitter: Implications for the use of social media in digital governments. *Government Information Quarterly*. Vol. 33. No. 4. P. 777-782.

Kim J., Hyun K.D. (2017). Political disagreement and ambivalence in new information environment: Exploring conditional indirect effects of partisan news use and heterogeneous discussion networks on SNSs on political participation. *Telematics and Informatics*. Vol.34. No. 8. P. 1586-1596.

Koivula A., Koiranen I., Saarinen A., Keipi T. (2020). Ideological motives, digital divides, and political polarization: How do political party preference and values correspond with the political use of social media? *Telematics and Informatics*. Vol. 46.

Lee C., Shin J., Hong A. (2018). Does social media use really make people politically polarized? Direct and indirect effects of social media use on political polarization in South Korea. *Telematics and Informatics*. Vol. 35. No. 1. P. 245-254.

Montgomery A., Smith M.D. (2009). Prospects for Personalization on the Internet. *Journal of Interactive Marketing*. Vol. 23. No. 2. P. 130-137.

Papakyriakopoulos O., Carlos J., Serrano M., Hegelich S. (2020). Political communication on social media: a tale of hyperactive users and bias in recommender systems. *Online Social Networks and Media*. Vol. 15. P. 1-15.

Prior M. (2013). Media and Political Polarization. *Annual Review of Political Science*. Vol. 16. P. 101-127.

Reyes A., Ross A. (2021). From the White House with anger: Conversational features in President Trump's official communication. *Language & Communication*. Vol. 77. P. 46-55.

Van Dijk J. (1999). *The Network Society*. London: Sage Publications.

Wellman B. (1979). The Community Question: The Intimate Networks of East Yorkers. *American Journal of Sociology*. Vol. 84. No. 5. P. 1201-1231.

■ ■ ■ Virtual Network Communications and the Political Polarization of Society (on the example of the United States)

Feldman P.Y., Zavalishin N.S.

The Academy of Labor and Social Relations, Moscow, Russia.

Abstract. The article is devoted to assessing the degree of influence of virtual network communications on the level of ideological polarization of society. The theoretical basis of the research was the works of foreign authors devoted to the problems of the network society and network communication, and the empirical basis was the results of observation of the information and communication processes that accompanied the US presidential campaign in 2020. The use of communication and network approaches allowed to trace the correlation between the mass use of popular Internet services and the political radicalization of citizens. The authors conclude that virtual network communication has a high potential for conflict. It ensures cooperation between groups of like-minded political activists, but exacerbates the political polarization of the society. The algorithms of new media are designed to stimulate ideological confrontation. The principle of maximum personalization of content immerses ordinary users in «information cocoons» (echo chambers), where they are isolated from alternative views of the surrounding reality. By constantly provoking the audience of social networks to emotional reactions, political actors and the media deliberately exacerbate the contradictions existing in society. They fill the virtual environment with resonant statements, mutual insults and fake news.

The sense of permissiveness experienced by individuals using social networks contributes to the radicalization of the new media discourse. The key problem is that this state of affairs satisfies IT-corporations and meets the particular interests of the subjects of political struggle. From the point of view of the authors of the article, it is objectively necessary to introduce strict political and managerial mechanisms that can ensure the ordering of communication processes in the virtual environment. There are prerequisites for the ideological polarization of society in modern Russia, as in the United States. There is a great danger that during the fateful election campaigns at the federal level the ideological confrontation in social networks may develop into the violent struggle. To prevent the implementation of this negative scenario, a qualitative modernization of the existing regulatory framework in the field of regulation of network communications is required.

Keywords: network society, network communication, political communication, social networks, ideological polarization of society

For citation: Feldman P.Y., Zavalishin N.S. Virtual network communications and the political polarization of society (on the example of the United States). *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 2. P. 98-109. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-98-109.

Inf. about the authors: Feldman Pavel Yacovlevich – Cand. Sc. (Pol.), associate professor at the department of philosophy and sociology of the Academy of labor and social relations; Zavalishin Nikolay Sergeevich – postgraduate student at the department of philosophy and sociology of the Academy of labor and social relations. *Adress:* 119454, Russia, Moscow, Lobachevskogo str., 90. *E-mail:* pavelfeld@mail.ru, nikzavik@mail.ru.

Received: 17.03.2021. *Accepted:* 28.04.2021.

■ ■ ■ Дискурс о коронавирусной инфекции COVID-19 в политической, медийной и исследовательской повестке (кейс Греции)¹

Торопова А.А.

Московский Государственный Институт Международных Отношений (МГИМО МИД России), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Целью статьи является анализ политического и научного дискурсов в Греции посредством сопоставления различных нарративов периода начала и активной фазы пандемии коронавируса, соотношения объективной и медийной реальности, способность реципиентов к рефлексии. В статье освещаются особенности проведения адаптированной к новым условиям правительственной линии и реакцию греческой социологической мысли и СМИ на пандемию. В начале пандемии опыт Греции был признан мировым сообществом позитивным в борьбе с новой коронавирусной инфекцией и обозначен как своеобразная «история успеха». Действительно, правительство Греции одно из первых в мире приняло жесткие профилактические меры. Научные круги также оперативно отреагировали на изменившуюся социально-политическую повестку. В качестве метода был проведен контент-анализ научных статей, интернет-публикаций, статистических данных, а также заявлений ключевых фигур политического и научного дискурсов. Сделан вывод об успешности коммуникативной кампании со стороны правительства и позитивном настрое греческого общества в условиях прецедентных перемен.

Ключевые слова: политическая повестка, исследовательская повестка, власть, пандемия коронавируса, профилактические меры, история успеха, медийная реальность

Для цитирования: Торопова А.А. Дискурс о коронавирусной инфекции COVID-19 в политической, исследовательской и медийной повестке Греции // Коммуникология. 2021. Том 9. № 2. С. 110-123. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-110-123.

Сведения об авторе: Торопова Анна Андреевна – старший преподаватель кафедры языков стран Центральной и Юго-Восточной Европы МГИМО МИД России. Адрес: 119454, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 76. E-mail: atoropova@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию: 28.04.2021. *Принята к печати:* 02.06.2021.

Теоретические аспекты исследования

Сегодня средства массовой информации не только играют определяющую роль в формировании портрета реальности для современного общества, но и имеют некую власть над обществом, согласно мнению М. Кастельса. Подъем

¹ Статья подготовлена в рамках проведения диссертационного исследования на тему «Социально-политический контекст формирования исследовательской повестки греческих социологов».

цифровых сетей коммуникации как преобладающей формы опосредованной человеческой интеракции создает в самом сердце сетевого общества как новой социальной структуры новое пространство, в котором происходит формирование социальных движений XXI в. [Кастельс: 32]. Сети, развивающиеся в новой технологической среде, оказались самыми эффективными организационными формами в результате трех их главных характеристик: гибкости, масштабируемости и живучести [Кастельс: 48].

Возрастающую роль СМИ позволяет объяснить конструктивистский подход, на который ссылается в своей книге «Социальные проблемы и медиа» И. Ясавеев, упоминая труды С. Хилгартнера, П. Бурдые, А. Шютца, Ч.Л. Бокса. Как отмечают исследователи конструктивистского подхода, средства массовой коммуникации могут инициировать процесс конструирования социальных проблем [Ясавеев: 108]. Устанавливаемая СМИ повестка нередко влияет на индивидуальное восприятие реальности отдельным человеком [Ясавеев: 109]. Популярность социальной проблемы в обществе во многом обусловлена ее местом в повестке СМИ. Такие факторы, драматичность, сенсационность, зрелищность стремление к новизне той или иной проблемы, определяют предпосылки ее популярности в СМИ, а, как следствие, и в обществе. Как отмечают специалисты, значимые глобальные изменения, затрагивающие процесс ежедневной жизнедеятельности, быстрее привлекут внимание социума, чем аналогичные изменения, последствия которых данным социумом не будут ощущаться в краткосрочной перспективе. Смена неравнозначных событий в ленте новостей, объединенная лишь хронологической составляющей, вызывает потерю ориентиров у реципиента в реальности. А. Шютц отмечает, что переход из одной области восприятия информации (мир сновидений, мир фантазии, мир искусства, игровой мир ребенка и др.) в потоке разнородной информации осуществляется в виде прыжка, сопровождающего, как правило стрессом [Шютц: 260-310]. В быстром потоке информации индивид зачастую не имеет возможности для рефлексии и воспринимает транслируемые СМИ события как само собой разумеющиеся. Одна из социально значимых ролей исследователя средств массовой коммуникации может заключаться в том, чтобы способствовать переходу как можно большего числа людей от естественной установки к рефлексивной при нахождении в медийной реальности. Медийная реальность, хоть и не упоминается определенными учеными как конечная область значения, однако, обладает всеми ее чертами [Ясавеев: 117-118].

В Греции, как и во многих странах мира, в период пандемии освещение проблемы коронавируса происходило посредством нескольких дискурсов. Рассмотрим их подробнее.

Необходимо отметить, что Грецию многие специалисты относят к странам с положительным опытом противодействия инфекции – руководству страны в самом начале пандемии удалось оперативно просчитать и подключить все необходимые силы, что, в свою очередь, позволило в сжатые сроки выработать реко-

мендации для максимально результативной работы. В период с 26 февраля по 19 августа 2020 г. в Греции было зафиксировано одно из наименьших в Европе количество случаев заражения (7684 человека) и летальных исходов (235 человек)¹.

Несмотря на сокращение темпов прироста ВВП в 2019 г., сложности в экономике и социальной сфере², наличие несовершенной, нуждающейся в реформе системы здравоохранения, а также активное старение населения³, Греция достаточно легко вступила и существовала в пандемии.

Коронавирус и политическая повестка

В политическом дискурсе в период пандемии начали преобладать темы эндогенного характера, ставшие общими и едиными для всей страны: опора на семью в условиях действия ограничительных мер, самоизоляция, соблюдение социальной дистанции сплотили нацию. Традиционная риторика противостояния между политическими силами в стране и обсуждения европейских меморандумов отошли на второй план. Рассмотрим детально особенности противоковидной кампании в Греции.

«Опыт Греции показал, что, если государство слышит врачей и предпринимает смелые меры, оно приобретает доверие своих граждан» – заявил премьер-министр Греции К. Мицотакис на первой удаленной всемирной конференции греческих медиков по проблеме COVID-19, в которой приняли участие более 100 греческих врачей и ученых со всего мира⁴.

Действительно, на первом этапе борьбы с коронавирусной инфекцией среди факторов, которые способствовали успеху страны, специалисты выделяют несколько основных.

1) *Греция, послушав рекомендации своих ученых в феврале 2020 г., стала одной из первых европейских стран, перешедших в режим тотальных ограничений.* Мониторинг заявлений премьер-министра страны выявил следующую динамику: 28 февраля 2020 г. в правительстве Греции обсуждались общемировые последствия эпидемии коронавируса, 29 февраля на правительственной кон-

¹ Κορωνοϊός: Τα στατιστικά της Ελλάδας σε σύγκριση με Βέλγιο-Ολλανδία- Πορτογαλία (γραφήματα) // Ειδήσεις. Σκαϊ – 20.08.2020 [эл. ресурс]: <https://www.skai.gr/news/greece/koronoios-ta-statistika-tis-elladas-se-sygkrisi-me-velgio-ollandia-portogalia>.

² Σε κρίσιμη καμπή η ελληνική οικονομία [эл. ресурс]: <https://www.tanea.gr/2020/08/29/economy/economy-greece/se-krisimi-kampi-i-elliniki-oikonomia-xreos-apasxolisi-kai-ta-erotimata-gia-to-mellon/>.

³ Κορωνοϊός: Το success story της αντιμετώπισής του – Τα διεθνή ΜΜΕ επαινούν την Ελλάδα // Κόσμος. ΤΟ ΒΗΜΑ – 24.04.2020 [эл. ресурс]: <https://www.tovima.gr/2020/04/24/world/koronoios-to-success-story-tis-antimetopisis-tou-ta-diethni-mme-egkomiazoun-tin-ellada>.

⁴ Κυρ. Μητσοτάκης: Είναι ανάγκη οι κυβερνητικές αποφάσεις να «ακούγουν» την επιστήμη // Υγεία. Νέα. Αθηναϊκό-Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων – 22.06.2020 [эл. ресурс]: <https://www.amna.gr/health/article/467793/Kur-Mitsotakis-Einai-anagki-oi-kubernitikes-apofaseis-na-akoun-tin-epistimi->

сультации К. Мицотакис заявил, что страна готова к борьбе с эпидемией и призвал население не поддаваться панике, а уже 11 марта проблема развернулась вовнутрь, когда премьер-министр выступил с первым видео-обращением к соотечественникам по проблеме COVID-19 и были предприняты первые жесткие меры. В своей речи Мицотакис призвал «к решимости и развитию навыка принятия быстрых решений»¹. Главным тезисом правительства на протяжении всего периода напряженности было «действовать на опережение и предупреждение» согласно рекомендациям ведущих греческих ученых², а главным социальным логотипом, запущенным правительством, стали призывы «остаёмся дома» и «остаемся в безопасности» («ΜΕΝΟΥΜΕ ΣΠΙΤΙ» и «ΜΕΝΟΥΜΕ ΑΣΦΑΛΕΙΣ»)³.

2) Национальной организацией общественного здоровья Греции (ΕΟΔΥ⁴) был выработан ряд рекомендаций для максимально эффективного противостояния распространению заболевания: рекомендации по психологической поддержке граждан, рекомендации по предоставлению услуг для населения, рекомендации для работы туристических предприятий, рекомендации для туристов, рекомендации для медицинского персонала и мест предоставления медицинских услуг, рекомендации для образовательных учреждений и др.⁵

3) Правительством был запущен ресурс covid19.gov.gr⁶, на котором любой интересующийся мог найти всю оперативную и необходимую информацию о заболевании и борьбе с ним.

4) Греция стала одной из первых стран, перешедших на карантин. 26 февраля, после того как в стране был зарегистрирован первый случай заболевания коронавирусом⁷, власти, несмотря на массовые протесты, отменили традиционные карнавальные мероприятия в преддверии Великого поста. С 11 марта закрылись школы⁸, а затем кинотеатры, магазины, музеи, рестораны, бары и церкви. Были отменены

¹ Прωθυπουργός. Μήνυμα του Прωθυπουργού Κυριάκου Μητσοτάκη προς τους πολίτες για τον κορωνοϊό // Ελληνική Δημοκρατία – 11.03.2020 [эл. ресурс]: <https://primeminister.gr/2020/03/11/23545>.

² Αυτά είναι τα μέλη της Επιτροπής Λοιμωξιολόγων για την αντιμετώπιση του κορωνοϊού στην Ελλάδα [эл. ресурс]: <https://www.skai.gr/news/ygeia/ayta-einai-ta-meli-tis-epitropis-loimoksilogon-gia-tin-antimetopisi-tou-koronoiou>.

³ Эл. ресурс covid19.gov.gr: <https://covid19.gov.gr/>.

⁴ Εθνικός Οργανισμός Δημόσιας Υγείας [эл. ресурс]: <https://eody.gov.gr/>.

⁵ Νέος κορωνοϊός Covid-19 – Οδηγίες [эл. ресурс]: <https://eody.gov.gr/neos-koronaiois-covid-19/>.

⁶ Эл. ресурс covid19.gov.gr: <https://covid19.gov.gr/>.

⁷ Ο κορωνοϊός στην Ελλάδα: Πρώτο επιβεβαιωμένο κρούσμα στη Θεσσαλονίκη // Μέγαγεγονότα. Ελλάδα – 26.02.2020 [эл. ресурс]: <https://www.megatv.com/megagegonota/article.asp?catid=27369&subid=2&pubid=38549605>.

⁸ Κορωνοϊός: Τα κλειστά σχολεία από Τετάρτη 11 Μαρτίου – Συνεχής ενημέρωση // Paideia. Ipaideia – 10.03.2020 [эл. ресурс]: <https://www.ipaidia.gr/paideia/koronoios-ta-kleista-sxoleia-apo-tetarti-11-martiou-sinexis-enimerosi>.

международные перелёты, закрыты государственные границы. Для выхода из дома необходимо было получать специальный пропуск. Предположим, что реализация мер по соблюдению норм социального дистанцирования стала непростым шагом для населения Греции, поскольку, как известно, коммуникация и гостеприимство традиционно являются одной из основных национальных черт греческого народа¹.

5) *Вышеперечисленные меры позволили Греции выиграть время* для того, чтобы увеличить на 70% количество койко-мест в палатах интенсивной терапии в больницах. К тому же, по данным Министерства здравоохранения, было дополнительно нанято 3 тыс. медицинских работников².

В период пандемии на всех ситуационных консультациях в Правительстве Греции традиционно присутствовали три ключевые фигуры: министр здравоохранения В. Кикилиас (В. Κικίλιας), президент национальной организации общественного здоровья Греции П. Аркуманеас (Π. Αρκουμανέας) и профессор инфектологии С. Циодрас (Σ. Τσιόδρας).

Ведущие мировые СМИ назвали опыт Греции success story (историей успеха), предопределенной вовремя принятыми профилактическими мерами. Можно с уверенностью сказать, что Греция действовала без права на ошибку, имея за плечами негативный опыт десятилетней борьбы с экономическим кризисом 2008-2018 г.г.³

Дополняет решительный характер действий греческих властей тот факт, что все вышеперечисленные меры были приняты в преддверии традиционного весенне-летнего туристического сезона. По оценкам экспертов, Греция является четвертой в списке из 35 стран, где значительная доля национального ВВП формируется прибылью туристической отрасли (в 2018 г. 30,9% греческого ВВП)⁴. Лето 2020 г. прошло для Греции в режиме отсутствия традиционного туристического потока из крупных регионов мира, в том числе России. Потери в туристической сфере были оценены в размере до 10 млрд. евро⁵.

¹ Π. Σωτήρης. Φυσική απόσταση με κοινωνική αλληλεγγύη. Αποψη [эл. ресурс]: <https://www.in.gr/2020/03/20/apopsi/fysiki-apostasi-koinoniki-allileggyi/>.

² DER SPIEGEL. Решительность и дисциплина: Spiegel объяснил успех Греции в борьбе с пандемией // RT на русском. ИноТВ, 07.05.2020 [эл. ресурс]: <https://russian.rt.com/inotv/2020-05-07/Reshitelnost-i-disciplina-Spiegel-obyasnil>.

³ Κορωνοϊός: Το success story της αντιμετώπισής του – Τα διεθνή ΜΜΕ επαινούν την Ελλάδα/Κόσμος. ΤΟ ΒΗΜΑ – 24.04.2020 [эл. ресурс]: <https://www.tovima.gr/2020/04/24/world/koronoios-to-success-story-tis-antimetopisis-tou-ta-diethni-mme-egkomiazoun-tin-ellada>.

⁴ Π. Χρ. Κωστής. Covid-19, ο туриστικός κλάδος και η ελληνική οικονομία. Intelligent Deep Analysis. An Independent Think Tank for Social Evolution in Greece [эл. ресурс]: <http://www.indepanalysis.gr/oikonomia/koronoios-tourismos-oikonomia>.

⁵ Ε-Μ. Α. Σκοπελίτης. Δελτίο Τύπου. Τις επιπτώσεις του COVID-19 στον ελληνικό τουρισμό εξετάζει νέα έκθεση της ΕΥ Ελλάδος. Building a better working world [эл. ресурс]: https://www.ey.com/el_gr/news/2020/06/tis-epiptoseis-tou-covid19-ston-elliniko-tourismo-exetazei-nea-ekthesi-tis-ey-ellados.

Сегодня ситуация еще не нормализована окончательно, однако, при условии введения полного локдауна, остается достаточно стабильной. Согласно государственному ресурсу covid19.gov.gr на момент 29 марта 2021 г. число случаев заражения за сутки составило 1724 (общее количество за период пандемии – 255.755), летальных исходом – 65 (общее количество – 7.945)¹

Коронавирус в исследовательской повестке Греции

Исследователи быстро отреагировали на пандемию, изменив научную повестку. Один из ведущих социологических журналов «Обзор социальных исследований» посвятил этой теме специальный 154 выпуск 2020 г.²

Во введении к выпуску известные греческие социологи А. Афуксенидис (Α. Αφουξενίδης) и С. Хтурис (Σ. Χτούρης) отмечают факт разделения стран в пандемийных условиях на два полюса: имеющие негативный и позитивный опыт борьбы с пандемией соответственно. К первой категории относятся страны Северной и Западной Европы (Италия, Испания, Великобритания, Германия, Франция, Бельгия, Голландия и др.), где темпы распространения вируса в первой половине 2020 г. были крайне высокими. Ко второй категории относятся страны Восточной Европы и Балканского полуострова (Греция, Хорватия, Словения, Эстония и др.). Основным фактором, способствующим данному разделению, ученые называют высокий (в первом случае) и относительно низкий уровень (во втором) экономической сетевизации соответственно.

Согласно мнению социологов, пандемия переформатировала многие современные понятия и смыслы, среди которых выделяются следующие: перестроение формата привычной жизни (изоляция, соблюдение строгих норм пребывания в общественных местах, подотчетность и контроль), испытание пандемией последовало сразу за экономическим (2008-2018) и миграционным кризисами; поставлен вопрос о функциональности систем здравоохранения в государствах всеобщего благосостояния (система оказалась неспособна приспособиться к новой ситуации) и изменения вектора научного диалога, вопрос закрытия границ и ограничения передвижения, пошатнувший существующую глобальную систему мобильности граждан, вопрос изменения понимания организации рабочего процесса, породивший понятие постоянной доступности наёмного сотрудника (изменился характер работы (удаленная работа) и роли работающей женщины (многозадачность, совмещение одновременно нескольких видов деятельности, нескольких ролей: жены, хозяйки, мамы, профессиональной занятости)); прецедентная созависимость личности и общества; защита здоровья как новый общественный интерес; разворот страны вовнутрь – сосредоточение на внутренних проблемах, укрепление идентичности страны как следствие положительного

¹ Эл. ресурс covid19.gov.gr: <https://covid19.gov.gr/>.

² Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών [эл. ресурс]: <https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/ekke/issue/archive>.

опыта противодействия пандемии, укрепление общественной идентичности посредством общественной ответственности (члены общества – соразработчики, действующие совместно в личных и общественных интересах одновременно), феномен дуальности гражданско-социальной роли (одни и те же члены общества одновременно являются потенциальными носителями опасности и борцами с ней), центрирование национальных интересов государства; авангардный опыт исследований ученых, когда социальная самость находится в тесной связи с подвергшимся опасности биологическим началом; переход главной социальной роли к социальным институтам (прежде всего, к институту семьи); потребность в новой научной теоретической базе; наличие уникальных условий для ведения эффективного общественного диалога [Afouxenidis, Chtouris: 2-10].

Вышеупомянутые социологи рекомендуют учитывать при проведении научных исследований ряд следующих факторов: переосмысление социальных отношений, роли политики и власти, СМИ, социального контроля; науковизация процессов управления; проработка перспектив реализации социальных, политических и религиозных прав; уязвимые категории населения (безработные, инвалиды, бездомные, беженцы) в условиях ограниченного доступа к ресурсам; влияние пандемии на пространственные перегруппировки в городах – обозначение границ городской среды, городской инфраструктуры и места проживания; синергия и междисциплинарный подход в социальной и политической сферах; науковизация сложного феномена социального и биологического понимания человеческой жизни.

Другие исследования, о которых стоит упомянуть, были проведены в марте и сентябре 2020 г., а также марте 2021 г. независимой некоммерческой организацией социальных исследований и анализа «*διανεοσις*»¹ в сотрудничестве с Metron Analysis было проведено и опубликовано два опроса и одно исследование. Опрос «Во что верят греки – 2020» (*Τι πιστεύουν οι Έλληνες – 2020*), проведенный в марте 2020 г.² и ставший, начиная с 2019 г., своеобразной визитной карточкой организации, касался изучения общественного мнения относительно сложившейся политической, экономической, социальной повестки, насущных вопросов, взглядов в будущее, членства в ЕС и т.д. Научное исследование «Система государственного здравоохранения в Греции» (*Η Δημόσια Υγεία στην Ελλάδα*)³ посвящено реформированию системы греческого здравоохранения. Опрос-исследование «Covid-19: Греция после пандемии» (*Covid-19: Η Ελλάδα μετά την Πανδημία*) объединяет ряд статей, пять социологических опросов, а также аналитические заметки о пандемии коронавируса, отношении населения к ней, готовности прививаться. Важно отметить выпущенное организацией в 2021 г. издание под названием «Идеи» [*Γεράκις*].

¹ About [эл. ресурс]: <https://www.dianeosis.org/about/>.

² Τι πιστεύουν οι Έλληνες [эл. ресурс]: https://www.dianeosis.org/research/tpe_2020/.

³ Η Δημόσια Υγεία στην Ελλάδα [эл. ресурс]: https://www.dianeosis.org/research/greek_health/.

Ситуация с коронавирусом показала уязвимость системы национального здравоохранения. Начали активно проводиться исследования в этой сфере. Второе исследование «Система государственного здравоохранения в Греции» было обусловлено потребностью в реформировании системы государственного здравоохранения. Разработчиками предложений под общим названием «Новая национальная система охраны здоровья» (Νέο ΕΣΥ) выступили учёные пяти ведущих вузов Греции во главе с профессором Афинского национального университета им. И. Каподистрии Я. Тундасом (Γ. Τούντα)¹. Целью исследования является выработка предложений по модернизации структуры системы национального здравоохранения с фокусированием внимания на высококвалифицированном медицинском персонале. Среди основных рекомендаций следующие: стратегическое планирование и координация усилий министерства здравоохранения и министерства высшего образования; разработка национальным департаментом высшего образования критериев для пересмотра образовательных стандартов медицинских факультетов; модернизация институциональных рамок специальных медицинских образовательных программ и определение необходимого числа специалистов для обучения по ним; реализация возможности полной и частичной занятости исключительно для директоров и координаторов с возможностью вести частную практику; возможность врачам работать в нескольких медицинских учреждениях на основе соответствующих договоров; возможность для врачей частной практики работать по договору в государственных медицинских учреждениях при наличии соответствующей сезонной или срочной необходимости; возможность переукомплектовывания медицинского персонала внутри медицинского учреждения по мере соответствующей необходимости (так называемая мобильность медицинского персонала); повышение профессионального уровня медицинского персонала посредством новых образовательных программ и повышения заработной платы; оценка условий труда и создание дополнительных рабочих мест в государственных медицинских учреждениях; развитие целевых образовательных программ для медицинского персонала учреждения национальной системы здравоохранения [Τούντας]. Учитывая тот факт, что социология образования традиционно находится в фокусе внимания греческих социологов, данное исследование наглядно демонстрирует задействование образовательного кейса в предложениях по реформированию системы национального здравоохранения.

Для возможности публикации глобального по своим масштабам опроса-исследования «Covid-19: Греция после пандемии», начиная с апреля 2020 г. διαΝΕΟσις занимался сбором информации об отношении респондентов-греков (1100 человек старше 17 лет) к пандемии коронавируса. В декабре 2020 г. διαΝΕΟσις в сотрудничестве с Национальной комиссией по вакцинации актуали-

¹ Η Δημόσια Υγεία στην Ελλάδα [эл. ресурс]: https://www.dianeosis.org/research/greek_health/.

зировав опросный лист в соответствии с современным положением дел. Приведем некоторые показательные, на наш взгляд, результаты исследования, проведенные в апреле и декабре 2020 г. соответственно: убежденность в правильности выбранного пути по выходу из сложившейся ситуации – 86%/46%, неуверенность – 36,5%, незащищенность – 31,9%, озабоченность проблемой – 29,5%, вера в возвращение к нормальному образу жизни – 54,4%, убежденность, что худшее позади, – 54,5%, 7 из 10 респондентов заявили, что их жизнь частично или значительно, улучшился показатель условий занятости – от 25,4% до 48%, 81% респондентов поддерживают возможность вакцинации, 72% респондентов считают кампанию по вакцинации населения действенной и последовательной, 9,4% респондентов уже прошли первый этап вакцинации, 68% респондентов настроены вакцинироваться, 99% респондентов высказали свое удовлетворение вакцинированием [Ενας Χρόνος Πανδημία...: 1].

Отметим, что *διαΝΕΟσις* является одним из самых крупных агрегаторов общественного мнения в современной Греции, проводя крупные и своевременные исследования по актуальным темам. Что касается темы коронавируса, что, помимо публикаций результатов исследований, статей, экспертных мнений, на youtube канале организации¹ выложены многочисленные онлайн конференции по данной проблематике.

Особенности освещения темы коронавируса греческими СМИ

Пандемия коронавируса, помимо переустройства традиционного общественного миропорядка, внесла свои локальные изменения в контент и характер риторики национальных СМИ. Интересно проследить развитие этой тенденции, начиная от захлестнувшей волны тревожности в начале, выразившейся в ряде фейковых новостей, до упорядоченной риторики и фактической структурированности данного процесса впоследствии. В апреле 2020 г., в разгар неопределенности, связанной с пандемией во всем мире и в Греции, в частности, группой ученых из Салоникского университета им. Аристотеля был проведен контент-анализ информации в СМИ, опубликованный впоследствии одной из центральных газет Греции «Καθημερινή». Исследование, реализуемое Лабораторией исследовательской журналистики (International Peace Journalism Laboratory) Отделения журналистики и СМИ Салоникского Университета им. Аристотеля в сотрудничестве с компанией ierax analytix, было проведено в два этапа: в марте и апреле 2020 г. В исследовании приняли участие 1700 респондентов старше 17 лет, пропорционально представленные о в гендерном отношении. В исследовании сделан вывод по нескольким направлениям: (1) процент доверия СМИ велик; (2) в исследуемый период начала пандемии высока доля непроверенной информации в СМИ; (3) рост процента получения информации по телевизору;

¹ *διαΝΕΟσις* [эл. ресурс]: <https://www.youtube.com/channel/UCAmlywA9DomFUHvP2vhGGcQ>.

(4) небольшое снижение процента доверия непроверенной информации (с 62% до 50%, объясняется это двумя факторами: научение населения распознавать непроверенную информацию и уход СМИ из социальных сетей, где они было широко представлены раньше); (5) рост процента обращений к правительственным интернет-источникам для поиска необходимой информации, 6. увеличение процента случаев нежелания получать какую-либо информацию.

Согласно исследованию, большинство респондентов (50% в возрасте от 25 до 34 лет) заявили, что непроверенная информация никак не повлияла на изменение их жизни или переход к активным действиям. Действия второй, меньшей, половины респондентов были представлены следующим образом: 39% узнав ту или иную информацию, уведомили друзей и знакомых, 27% поделились или удалили пост в социальных сетях (когда речь шла об информации, распространяемой в них), 21% сделали пост о непроверенности данной информации и 11% отправили сообщение в конкретное СМИ с извещением о предположении непроверенности информации.

Согласно исследованию, по своему типу СМИ как источники информации распределены следующим образом: 66% респондентов предпочли сайты газет, журналов и т.д., 55% респондентов отдали предпочтение телевизору [Ερευνα του ΑΠΘ για τα ΜΜΕ και τον Covid-19...].

Время, которое респонденты были готовы посвящать получению информации, составило от часа в допандемийный период до трех часов в марте 2020 г. и двух часов в апреле 2020. Таким образом, пик роста данного параметра пришелся на основной месяц неопределенности – март – в начале пандемии.

Что касается доверия СМИ, то 36 % заявителей отметили свое доверительное отношение к предлагаемой в медиа информации, в то время как в допандемийные времена эта цифра была равна 22% (согласно исследованию Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University). Выросло доверие к радиостанциям (на 2, 36 пункта) и прессе (на 2, 23 пункта), а также, как уже упоминалось, к официальным интернет-страницам конкретных СМИ (на 2, 67 пункта). Данный факт объясняется, прежде всего, изменением ракурса изложения информации данными категориями медиа. Кроме того, велика доля процента респондентов, обращающихся к научным источникам (от 77% в марте до 80% в апреле 2020 г.). Согласно исследованию, в шкале предложенных тем для освещения в СМИ респонденты отдали предпочтение темам здоровья, научной журналистике, отмечается положительное восприятие статей профессиональных журналистов о кризисе [Ερευνα του ΑΠΘ για τα ΜΜΕ και τον Covid-19...].

По итогам исследования был сделан вывод о том, что определяющее значение для СМИ имеет модель предоставления проверенной информации, что, безусловно, может привести к росту процента доверия со стороны населения.

Многие научные и общественно-политические издания и группы, помимо выражения своей точки зрения в интернет пространстве, в период пандемии выпу-

стили специальные сборники статей на эту тему. Так, Институт альтернативной политики группы Media Jokers выпустил два специальных сборника статей ученых под общим названием «СМИ и коронавирус». Приведем названия некоторых статей с тем, чтобы описать вектор направления общественного поиска в период коронавируса: «Мы живем в эпоху коронавируса. Комментарий к государственной кампании информирования населения», «Борьба смыслов», «Сократ на карантине» и т.д. [Ας μιλήσουμε για τα ΜΜΕ #2...: 3].

Помимо исследований, в самих СМИ в период коронавируса было опубликовано не мало статей, освещающих тему настоящей статьи. Так, по мнению ряда авторов, в начале пандемии греческие СМИ отдавали предпочтение освещению проблемы коронавируса в международной ретроспективе со ссылкой на правительственные источники и мнение ученых, всячески пытаясь занимать последовательную позицию. Данной проблематике посвящено еще одно исследование, проведенное Отделением журналистики и СМИ Салоникского Университета им. Аристотеля, «Об освещении пандемии Covid 19 греческими печатными и интернет-СМИ». Исследование затрагивает период с 13 марта по 10 апреля 2020 г. В качестве предмета исследования были взяты 7 457 публикаций в 13 СМИ, отобранные по критерию репрезентативности и показателю популярности среди читающей аудитории: газеты *Τα Νέα*, *η Εφημερίδα των Συντακτών*, *Ελεύθερος Τύπος*, *Ελεύθερη Ώρα*, *Η Καθημερινή*, *το Μακελειό*, новостные агрегаторы *In.gr*, *lifo.gr*, *Enimerotiko.gr*, *Zougla.gr*, *protothema.gr*, *iefimerida.gr*, *newsbomb.gr*. Основным выводом исследования является следующий: информационное освещение пандемии греческими СМИ имело характер международной проблематики, управление которой происходит на уровне конкретной страны. Помимо фактической информации о ежедневных случаях заражения и процентах заболеваемости, также был проведен сравнительный анализ занимаемых позиций по борьбе с коронавирусом в разных странах и освещалась реакция населения в них. Было отмечено, что, несмотря на разность подходов в формировании новостной повестки, общим моментом для всех СМИ является большой пласт международных новостей о странах, находящихся в эпицентре пандемии. Кроме того, во время пандемии СМИ дистанцировались от традиционных предпочтений в освещении в том числе политической информации и сосредоточились на фактических данных. И, как правило, все публикации транслировали информацию из официальных правительственных источников, а также мнения компетентных ученых и представителей академической среды. Таким образом, произошло смещение традиционного вектора информационного освещения: предмет внимания СМИ (правительственная политика, заявления политических деятелей) превратился в первоисточник информации, транслируемой ведущими изданиями. Регулярные видеообращения премьер-министра К. Мицотакиса к нации (*Μήνυμα του Προϋπουργού Κυριάκου Μητσοτάκη προς τους πολίτες για την πανδημία*), пресс-конференции ученых С. Циодраса и Н. Хардаля позволили населению, несмотря на жесткие ограни-

чительные меры, сохранять самообладание и контролировать уровень тревожности в новой реальности¹.

Необходимо отметить также, что на интернет-страницах многочисленных СМИ была размещена информация просветительского характера, разъясняющая, как поступать и куда обращаться в случае заражения коронавирусом. Так, например, в начале пандемии на различных сайтах была размещена информация с телефонами центров мониторинга и контроля здоровья населения и основных больниц. В настоящее время, в период, когда началась массовая вакцинация населения, информационное освещение пандемии коронавируса дополнилось большим пластом информирования о порядке и видах прививок, а также о проценте привившихся и планирующих привиться.

Данная статья является лишь комментарием к общей новой глобальной, стремительно меняющейся исторической ситуации. Исследования продолжаются и через некоторое время, мы полагаем, позволят составить более полную картину происходящих событий.

В заключение отметим, что проблема коронавируса сегодня активно вошла в поле политического и научного дискурса Греции. Уникальный опыт страны состоит в том, что власти одними из первых в мире прибегли к проведению жестких профилактических мер в начале пандемии, что дало пролонгированный положительный результат. Власти, активно применяя коммуникативные технологии, провели успешную отчетно-просветительскую кампанию среди населения. Коронавирус актуализировал проблему здравоохранения и медицинского обслуживания, находящиеся до пандемии на периферии политического дискурса. На второй план ушли традиционное политическое противостояние партий, что демонстрирует эффективность проводимой внутренней политики в период пандемии и упругость греческого общества. Власть воздействовала на население посредством активного информирования, а социологи тестировали его реакцию посредством проведения исследований.

Источники

Ας μιλήσουμε για τα ΜΜΕ #2, ΜΜΕ & κορωνοϊός (Ιούνιος 2020) // Ινστιτούτο Εναλλακτικών Πολιτικών Ένα. Media Jokers, Αθήνα. Σ. 3 [эл. ресурс]: https://www.enainstitute.org/wp-content/uploads/2020/06/ENA_Media-Jokers_.pdf (In Greek).

Γεράκης Θ. (2020). Οι Απόψεις της Ελληνικής Κοινωνίας το 2020 // CEO, MARC [эл. ресурс]: <https://www.dianeosis.org/2020/03/oi-apopseis-tis-ellinikis-koinonias-to-2020/> (In Greek).

Ένας Χρόνος Πανδημίας: Πώς Ζουν οι Έλληνες (2021). Μια έρευνα της διαΝΕΟσις. Σ.1 [эл. ресурс]: https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2021/03/Brochure_pandemic_wave5.pdf (In Greek).

Έρευνα του ΑΠΘ για τα ΜΜΕ και τον Covid-19: «Θύμα» ψευδών ειδήσεων σημαντικό ποσοστό των πολιτών (2020) // Κοινωνία. Καθημερινή. [эл. ресурс]: <https://www.kathimerini.gr/society/1076003/ereyna-toy-apth-gia-ta-mme-kai-ton-covid-19-thyma-pseydon-eidiseon-simantiko-pososto-ton-politon/> (In Greek).

¹ Πώς κάλυψαν την πανδημία του κορωνοϊού τα ελληνικά [эл. ресурс]: <https://www.grtimes.gr/ellada/poso-axiopiasta-itan-ta-mme-stin-kalypsi-tis>.

Τούντας Γ. (2020). Το Νέο ΕΣΥ: Η Ανασυγκρότηση του Εθνικού Συστήματος Υγείας Σ. 7-20 [эл. ресурс]: https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2020/09/greek_health_system_v17092020.pdf (In Greek).

Afouxenidis A., Chtouris S. (2020). Προλογικό σημείωμα: συνομιλώντας για την πανδημία. Επιθεώρηση κοινωνικών ερευνών (The Greek review of social research) // Ειδική έκδοση για την πανδημία του COVID-19. Τόμ. 154. Σ. 2-10 [эл. ресурс]: <https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/ekke/article/view/23233/19558> (In Greek).

Кастельс М. (2013). Власть коммуникации // Переводные учебники ВШЭ. Высшая Школа Экономики.

Шютц, А. (2003). Равенство и смысловая структура социального мира / Альфред Шютц // Шютц, А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / Сост. А.Я. Алхасов; научн. ред. перевода Г.С. Батыгин. М.: Институт Фонда «Общественное мнение». С.260-310.

Ясавеев И. (2010). Социальные проблемы и медиа. Конструкционистское прочтение. LAMBERT Academic Publishing [режим доступа]: https://kpfu.ru/staff_files/F869879761/Social%20Problems%20and%20Media.pdf.

■ ■ ■ COVID-19 Discourse in Political, Research and Media Agenda (on the example of Greece)¹

Toropova A. A.

Moscow State Institute of International Relations (MGIMO MFA of Russia), Moscow, Russia.

Abstract. The purpose of the article is to analyze the political and scientific discourses in Greece by comparing various narratives of the period of the onset and active phase of the coronavirus pandemic, the relationship between objective and media reality, the ability of recipients to reflect. This article highlights the peculiarities of carrying out a government line adapted to the new conditions and the reaction of Greek sociological thought and the media to the pandemic. At the beginning of the pandemic, the experience of Greece was recognized by the international community as positive in the fight against the new coronavirus infection and was designated as a kind of «success story». Indeed, the Greek government was one of the first in the world to take harsh preventive measures. The academic community also responded quickly to the changed socio-political agenda. As a method, a content analysis of scientific articles, Internet publications, statistical data, as well as statements of key figures in political and scientific discourses was carried out. The conclusion is made about the success of the communication campaign on the part of the government and the positive attitude of the Greek society in the context of precedent changes.

Keywords: political agenda, research agenda, power, coronavirus pandemic, preventive measures, success story, media reality

¹ The research was prepared as part of a dissertation research on the topic «Socio-political context of the formation of the research agenda of Greek sociologists».

For citation: Toropova A.A. (2021). COVID-19 discourse in political, research and media agenda (on the example of Greece). *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 2. P. 110-123. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-110-123.

Inf. about the author: Toropova Anna Andreevna – Senior Lecturer at the Department of Languages of Central and Southeastern Europe, MGIMO. Address: 119454, Russia, Moscow, Vernadsky ave, 76. E-mail: atoropova@yandex.ru.

Received: 28.04.2021. *Accepted:* 02.06.2021.

References

Ας μιλήσουμε για τα MME #2, MME & κορονοϊός (Ιούνιος 2020) // Ινστιτούτο Εναλλακτικών Πολιτικών Ένα. Media Jokers, Αθήνα. Σ. 3 [эл. pecypc]: https://www.enainstitute.org/wp-content/uploads/2020/06/ENA_Media-Jokers_.pdf (In Greek).

Γεράκης Θ. (2020). Οι Απόψεις της Ελληνικής Κοινωνίας το 2020 // CEO, MARC [эл. pecypc]: <https://www.dianeosis.org/2020/03/oi-apopseis-tis-ellinikis-koinonias-to-2020/> (In Greek).

Ένας Χρόνος Πανδημία: Πώς Ζουν οι Έλληνες (2021). Μια έρευνα της διαΝΕΟσίς. Σ.1 [эл. pecypc]: https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2021/03/Brochure_pandemic_wave5.pdf (In Greek).

Έρευνα του ΑΠΘ για τα MME και τον Covid-19: «Θύμα» ψευδών ειδήσεων σημαντικό ποσοστό των πολιτών (2020) // Κοινωνία. Καθημερινή. [эл. pecypc]: <https://www.kathimerini.gr/society/1076003/ereyna-toy-apth-gia-ta-mme-kai-ton-covid-19-thyma-pseydon-eidiseon-simantiko-pososto-ton-politon/> (In Greek).

Τούντας Γ. (2020). Το Νέο ΕΣΥ: Η Ανασυγκρότηση του Εθνικού Συστήματος Υγείας Σ. 7-20 [эл. pecypc]: https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2020/09/greek_health_system_v17092020.pdf (In Greek).

Afouxenidis A., Chtouris S. (2020). Προλογικό σημείωμα: συνομιλώντας για την πανδημία. Επιθεώρηση κοινωνικών ερευνών (The Greek review of social research) // Ειδική έκδοση για την πανδημία του COVID-19. Τομ. 154. Σ. 2-10 [эл. pecypc]: <https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/ekke/article/view/23233/19558> (In Greek).

Castells M. (2013). The Power of Communication. In: HSE Translated Textbooks. Higher School of Economics (In Rus.).

Schutz. A. (2003). Equality and the semantic structure of the social world / Alfred Schutz. In: Schutz, A. The semantic structure of the everyday world: essays on phenomenological sociology / Comp. A.Y. Alkhasov, ed. & transl. G.S. Batygin. Moscow: Institute of the Public Opinion Foundation. P. 260-310 (In Rus.).

Yasaveev I. (2010). Social issues and media. Constructionist reading. LAMBERT Academic Publishing [access mode]: https://kpfu.ru/staff_files/F869879761/Social%20Problems%20and%20Media.pdf (In Rus.).

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА

MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM

■ ■ ■ Конфликтные коммуникации в медийном поле

Чумиков А.Н.

Московский государственный лингвистический университет (МГЛУ), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Автор прослеживает динамику представлений о конфликтных коммуникациях медийного поля в условиях революционного изменения информационного пространства. Эти изменения столь глобальны, что привели к возникновению термина «медиатизация общественной жизни», который определяется как процесс создания виртуальной политики и экономики и установления серьёзной зависимости реальных сфер от их презентации в СМИ. В условиях информационно-коммуникационного взрыва возникает феномен, называемый «исчезновение факта», «смысл вместо факта», когда модель повествовательного изложения фактов всё больше заменяется их интерпретацией и конструированием смыслов. Автор отмечает, что в настоящее время многие аналитики увлечены фактчекингом – методиками распознавания фактоидов, фейков; выявлением других форм манипулирования потребителями информации. Однако не менее важно не только «разоблачать» неявные воздействия, но с пониманием отнестись к тому, что так называемые «манипуляции», характеризующие неприемлемые методы в медийном поле, становятся в новых объективно присущими медийным коммуникациям.

Смысловая интерпретация полученной информации и противоборство смыслов становятся неизбежными и доминирующими формами коммуникационного поведения в медийном поле конфликта. Смысловое позиционирование предполагает ориентацию аудитории на то, как следует воспринимать этот контент в текущий момент и что он значит в перспективе. В рамках данного процесса, по мнению автора, приемлем такой термин, как «актуальность». То есть переосмысливать контент нужно в актуальном для субъекта политической коммуникации направлении, равно как и позиционировать требуется актуальную информацию, не противоречащую юридическим актам государства и этическим нормам профессионального сообщества.

Ключевые слова: кризис, чрезвычайная ситуация, конфликт, медиатизация, новые медиа, информационно-коммуникационный взрыв, постправда, фейк, манипуляция, смысловое позиционирование

Для цитирования: Чумиков А.Н. Конфликтные коммуникации в медийном поле // Коммуникология. 2021. Том 9. № 2. С. 125-142. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-125-142.

Сведения об авторе: Чумиков Александр Николаевич – доктор политических наук, профессор; профессор кафедры коммуникационных технологий Института международных отношений и социально-политических наук МГЛУ. Адрес: 119034, Россия, г. Москва, ул. Остоженка, 38/1. E-mail: chumikov@pr-club.com.

Статья поступила в редакцию: 14.04.2021. *Принята к печати:* 08.05.2021.

Конфликтные коммуникации в условиях медиатизации и постправды

В общей теории антикризисных коммуникаций мы оперируем одной группой трактовок, где *кризис* определяется как *чрезвычайная ситуация* (ЧС), и другой группой, когда кризис квалифицируется как *конфликт*. В рамках конфликтных коммуникаций актуальным становится понятие «*медийный конфликт*». Оно маркирует ситуацию, когда медиа выступают инструментом и полем запуска, обострения, ослабления, нейтрализации ЧС или конфликта интересов вне зависимости от их реального наличия. То есть они либо интерпретируют существующее положение дел, либо конструируют его в соответствии с некоторыми привнесёнными установками.

Выделение конфликтных коммуникаций в медийном поле в отдельное направление теоретических и прикладных разработок возможно и необходимо именно сейчас, в XXI веке, по следующим причинам. Именно медийный сегмент претерпел за последние тридцать лет такие количественно-качественные изменения, которые вполне сопоставимы с тремя прошедшими столетиями. Эти изменения столь глобальны, что привели к возникновению термина *медиатизация* общественной жизни. В синтезированном виде он определяется как процесс создания виртуальной политики и экономики с помощью средств массовой информации (СМИ); преобразования социально-политической и социально-экономической сфер при их переплетении с медийным полем и последующей публичной презентацией актуальных смыслов.

Перейдём к более подробной диагностике изменений. После вхождения, вместе со всем миром, в пространство интернет-коммуникаций, российские учёные и практики столкнулись как с новыми явлениями, так и с новыми трактовками ранее привычных явлений. Так, термин «медиа» был хорошо известен советским исследователям; а если точнее, то речь шла о понятии «масс медиа» (от англ. mass media) – признанном эквиваленте словосочетания «средства массовой информации». Под последними же, в свою очередь, понимались традиционные («старые») СМИ: газеты, журналы, радио и телевидение.

Однако возникшее в XXI веке понятие *новых медиа* трактовалось значительно шире и представляло собой: а) традиционные СМИ, интегрированные в пространство интернет-коммуникаций; б) СМИ, изначально созданные как интернет-медиа и в) вся система сетевых ресурсов, в том числе социальных сетей, которые не обязательно классифицируются (регистрируются) как средства массовой информации. Последний блок ресурсов, формально не являющихся СМИ, также стали относить к медийным, поскольку и по числу пользователей, и по влиянию на аудиторию они сопоставимы с традиционными СМИ предыдущей эпохи.

При колоссальном росте числа новых медиа, оно всё же поддаётся подсчёту в рамках «арифметической прогрессии» и в принципе обозримо. Что же касается доступной потребителю информации как таковой, то здесь наблюдается необозримый рост, получивший название *информационно-коммуникационного*

взрыва. Гигантское увеличение объёмов информации повлекло за собой изменение трендов её потребления. Один из них – всё большая замена выбора приоритетных источников приемлемой информации поиском интересующего потребителя контента, который возможно получить из любого, в том числе ранее неизвестного канала.

Другой тренд – изменение характера потребления информации, когда аудитория постепенно переходит от линейного (сплошного) чтения/просмотра/прослушивания контента к серфингу (выборочному «пролистыванию») медийного наполнения. В результате наиболее предсказуемый, «порционный» объём потребляемой индивидом информации уменьшается, что и рождает бытовой вывод «люди стали меньше читать». Но совокупный объём, напротив, растёт и ограничивается лишь физиологическими возможностями восприятия. Вместе с общим объёмом потребляемой информации увеличивается как спектр используемых источников, так и перечень «серфингуемых» тем.

Таким образом, потребитель во многих случаях спонтанно «выхватывает» из информационного поля источник информации, её фрагмент и интерпретацию, что и влечёт за собой непрерывно возрастающую конфликтность между восприятиями потребителей. Исследователи отмечают, что непрерывно формируемый дискурс (в нашей трактовке это и есть актуальная смысловая интерпретация) становится фактором коммуникационной управляемости в Интернете в эпоху медиатизации, которую многие называют «*постправдой*». Среди синонимов политики постправды в зарубежной науке получили распространение такие формулировки, как «постфактуальная политика» и даже «постреальная политика». В условиях господства сетевых медиа, реальность действительно отходит на второй план, уступая место бесконечному потоку информации и эмоций, которые определяют мысли и поведение интернет-пользователей. Если прежняя «правда» рассматривалась как фиксатор объективного состояния общественных коммуникаций, то постправда становится инструментом маркирования любых персон, организаций, событий в соответствии с интересами инициаторов такой маркировки.

При этом непосредственные акторы групп интересов не могут больше управлять своей коммуникацией самостоятельно, данная функция переходит к медиа. А сам институт медиа атомизируется, трансформируя медиасреду из крупных каналов коммуникации в бесконечную коммуникационную сеть, где формируется господство эмоционального над рациональным и сложно выявляются все релевантные узлы, определяющие политику [Управляемость и дискурс...].

Медиатизация приходит через включение медиа в среду повседневной и неизбежной коммуникации. Социальные, экономические, политические области подчиняются теперь внутренней логике средств массовой информации, что позволяет СМИ формировать и формулировать такие области [Kalpokas].

Как замечает М. Грачев, в условиях медиатизации, СМИ приобретают уже не метафорический, а вполне реальный статус «четвертой власти», подчиняя себе деятельность социальных институтов общества вследствие развития собствен-

ного коммуникационного инструментария и всё более совершенных способов его практического применения. Массмедиа создают среду для коммуникационного процесса и выступают его ключевым субъектом, определяя «правила игры» для остальных участников.

Социальные акторы приспосабливаются к таким правилам, «усваивают» их в качестве обязательного условия своей повседневной работы. Это предполагает, что какие-либо действия политических и иных субъектов в публичной сфере определяются медийной логикой, ставящей на первый план зрелищность и перформативность. Кроме того, медиатизация ставит активных субъектов общественных процессов в ситуацию повышенного репутационного риска, обусловленного заметным ростом их коммуникационной уязвимости. Медиатизация провоцирует конфликтные ситуации и приводит к увеличению степени конфликтогенности социально-политической сферы [Грачёв].

В сложившейся ситуации задачи управления конфликтными коммуникациями в медийном поле приобретают дополнительную специфику, на которой мы и остановимся в последующем изложении.

Фактоид, фейк, манипулирование как основания коммуникационного конфликта

Эффективным и этичным механизмом управления коммуникациями медийного поля традиционно и формально считается *факт*, что в буквальном переводе с латинского *factum* означает «сделанное». К этому слову аналитики добавляют: «событие, результат», а также «реальное, а не вымышленное». Соответственно, большинство экспертов выступают за то, чтобы в медийном поле присутствовала информация исключительно о реальных, а не вымышленных событиях и результатах.

Задачу выявления/проверки фактов выполняет *фактчекинг* – редакционный фильтр, призванный отслеживать достоверность изложенных в медийных материалах прецедентов. Заметим, что этот сравнительно новый термин не означает нового явления: проверка фактов – инструмент, давно признанный и принятый на вооружение редакциями СМИ всех стран мира. Пробелы в этой работе связаны либо с нехваткой средств для оплаты соответствующих специалистов, либо с намеренным выбором иных способов подачи информации.

Однако наряду с фактом имеет место *фактоид* – «факт, не существовавший до того, как он появился в журнале или газете» – термин, приписываемый Норману Мейлеру: этот американский писатель использовал его в биографии Мэрилин Монро ещё в 1973 г. [Mailer]. Но когда такой материал появляется в медиа, он получает живую реакцию, оценку и далее не «растворяется» в пространстве, а влияет на картину мира и действия людей точно так же или даже сильнее, чем «настоящий» факт.

В XXI веке аналитики чрезвычайно серьёзное внимание стали уделять *фейковой* информации. Определение фейка на уровне буквального перевода (от англ.

fake – подделка, фальшивка) не передаёт всей сущности явления. Как пишет Г. Почепцов, «фейки – это не только и не столько лживые сообщения. Это конкурентное понимание новости, пришедшее вместе с соцмедиа» [Почепцов].

Вместе с возникновением фейков и ученые, и прикладные специалисты коммуникационного профиля стали уделять серьёзное внимание борьбе с ними посредством разоблачения, полагая, что такой способ означает «победу» над фейком в информационном конфликте. Например, вышедший в США в 2019 г. сборник трудов исследователей разных стран полностью посвящён разоблачению фейков. К ним авторы относят «уловки, хитрости, психологические приёмы, социотехники; управление ложными посылками, двусмысленностями и впечатлениями» [Chilwa].

В 2017 г. Министерство иностранных дел России запустило на своем сайте проект по борьбе с вымышленными новостями о России – так называемый «анти-фейковый» раздел¹. На брифинге, посвящённом запуску проекта, официальный представитель МИД Мария Захарова сообщила, что фейковые новости о нашей стране будут располагаться на сайте МИДа в рубрике «Примеры публикаций, тиражирующих недостоверную информацию о России». Снимки фейковых статей сопровождают красной печатью с надписью «FAKE, it contains fake news» – указанием на то, что статья содержит вымышленные новости.

«На сегодняшний день есть понимание, что тиражирование новостей, выдаваемых за правду о нашей стране, в западных мейнстримовых СМИ приобрело характер масштабной эпидемии», – отметила Захарова. По этой причине МИД и был вынужден запустить собственный проект по выявлению вымышленных новостей.

Первыми разоблаченными фейками стали статьи The Observer – о спекуляциях вокруг причин смерти российских дипломатов, включая постпреда России при ООН Виталия Чуркина; Bloomberg – с обвинениями в адрес российских хакеров, которые якобы вмешивались в президентскую кампанию во Франции; The New York Times – о размещении Россией ракетных комплексов в нарушение договоренностей с США; The Telegraph – где Россия обвиняется в причастности к попытке переворота в Черногории; NBCNews – о намерении России выдать Эдварда Сноудена США. По мнению МИД, все эти статьи содержат вымышленную информацию о России, их целью является дискредитация имиджа страны за рубежом.

Примечательно, что одним из самых ярких критиков крупных западных СМИ за их фейки являлся и президент США Дональд Трамп. Он часто обвинял их в публикации ложной информации о нём и положении дел в США. «Не верьте мейнстримовым СМИ с вымышленными новостями», – писал Трамп в Twitter, говоря о таких медиа, как CNN, NYT, ABC, NBCNews и других. По его словам, они «являются врагами американского народа»².

¹ МИД России: <https://www.mid.ru/ru/nedostovernie-publikacii>.

² Красильников С. МИД объявил войну «фейковым новостям»: <https://rns.online/articles/MID-obyavil-voinu-feikovim-novostyam-2017-02-22/> (дата обращения 01.02.2021).

В 2020 г. подкаст «Не верю!» запустило на своем сайте РИА Новости. Предполагалось, что каждую неделю ведущие рубрики вместе с экспертами будут анализировать спорные новости; выяснять, стоит ли им верить; пытаться понять, кому выгодно запустить фейк и как он распространился. Организаторы заявили, что в подкасте «Не верю!» информация будет не просто проверяться – станет изучаться анатомия фейка: есть ли у таких новостей характерные черты, существует ли типичный для них путь распространения.

Любопытно, что заместитель главного редактора МИА «Россия сегодня» Наталья Лосева, с одной стороны, подчеркнула: «Фейки – это вызов, с которым сталкиваются и СМИ, и читатели ежедневно». С другой стороны, отметила, что «не всегда фейковый вброс – результат чьей-то злонамеренной манипуляции. Чаще всего это результат ошибки или просто неумение работать с информацией. Мы хотим не просто показать, что вот тут допущена ошибка. Мы хотим дать инструменты, которые помогут людям лучше ориентироваться в информационных потоках. Ну и хотим научить слушателей здоровому скептицизму. Показать, что сомневаться – это хорошо»¹.

Предпринимались попытки и юридической борьбы с фейками. Так, Государственная Дума РФ в 2019 г. приняла поправки в Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и изменения в Кодекс об административных правонарушениях, направленные на противодействие так называемым фейковым новостям – недостоверной информации.

В соответствии с Законом, недостоверной общественно значимой информацией считается та, что распространяется «под видом достоверных сообщений и создаёт угрозу причинения вреда жизни и (или) здоровья граждан, имуществу; угрозу массового нарушения общественного порядка и (или) общественной безопасности либо угрозу создания помех функционированию или прекращения функционирования объектов жизнеобеспечения, транспортной или социальной инфраструктуры, кредитных организаций, объектов энергетики, промышленности или связи».

Однако из текста Закона понятно, что устранить названные аналитиками конфликтные способы подачи информации на юридическом уровне в большинстве случаев невозможно, а подогнать какую-либо этически неприемлемую информационную позицию под категорию незаконных – сложно: здесь требуется не только определение фейка, но веские доказательства того, что он представляет действительную угрозу².

¹ РИА Новости запустил подкаст о фейкньюс: <https://mediaguide.ru/?p=news&id=5e21c87e> (дата обращения 01.05.2021).

² Федеральный закон от 18.03.2019 № 31-ФЗ «О внесении изменений в статью 15-3 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»»: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201903180031?index=0&rangeSize=1> (дата обращения 01.05.2021).

Многие эксперты предлагают рассматривать и более широкое основание для острых конфликтных коммуникаций в медийном поле – *манипуляции*. Так, С. Володенков разделяет медийную обработку сознания и поведения целевых групп на «явное воздействие посредством агитации, пропаганды, политической рекламы и PR» и «скрытое воздействие – методы манипуляции» [Володенков: 277-278].

О манипулировании пишет также А. Соловьёв, определяющий его как особый вид информационного воздействия, направленного на сокрытие коммуникатором собственных целей, но при этом возбуждающего у субъекта манипулятивного воздействия намерения, совпадающие не с его собственными желаниями, а с интересами данного коммуникатора. По версии А. Соловьёва, «манипулирование – это тип скрытого, неявного информирования и программирования намерений реципиента, построенный на игнорировании его воли и относящийся к нему как к средству, орудию исполнения чуждых ему интересов» [Соловьёв: 24].

Не подвергая сомнению аналитические выкладки уважаемых коллег, заметим: если авторы считают, что нейтрализовывать, блокировать конфликт в СМИ следует путем разоблачения фейков/манипуляций либо исключения из коммуникационного оборота способов подачи информации, названных ими незаконными или некорректными, то это как раз означает и не может не означать возникновение или обострение конфликта между «правдой» и «манипуляцией». Причем, конфликт «явного» и «неявного» воздействия, «правдивой информации» и «дезинформации» возникает даже в случае использования неоспоримого факта.

Противник и даже разоблачитель «манипулирования» Г. Почепцов констатирует, что периодически возникает формула, позволяющая совмещать правдивое и неправдивое для поднятия достоверности сообщений. Типичным советским методом такого рода выступала подмена реальности отдельным фактом. Metallург, получивший квартиру, отображал всю страну. Безработный, роющийся в мусорном баке, становился знаковой картинкой Америки. То есть на первом этапе конкретный факт существовал в физическом пространстве, затем подавался как частотный в информационном пространстве и, наконец, превращался в символ, знак в пространстве виртуальном [Почепцов].

Коммуникационный конфликт на внутри- и межгосударственном поле

Внутригосударственный конфликт «власть – оппозиция» является обязательным атрибутом политической коммуникации и отражает отношения между борющимися за власть субъектами. Ими движет политический интерес, который со стороны оппозиции осознается как невозможность реализовать свои потребности в сотрудничестве с политической властью, влечёт конфронтацию с властью и попытку её завоевать; а со стороны власти – в её удержании, укреплении, перераспределении или ином некардинальном изменении.

Оппозиция – это политически организованная часть общества, совокупность политических партий, движений и организаций, выражающих интересы тех его слоёв и групп, которые выступают полностью или частично против политико-

экономического курса власти или политического режима в целом, отстранены от возможности значимого участия в выработке важных для общества решений и стремящихся к реализации интересов своей социальной базы путем завоевания государственной власти или участия в ней [Саенко: 22-23].

Формой и смыслом деятельности оппозиции как организации являются критика существующей политики, режима и протест, отсюда оппозиция постоянно выступает инициатором коммуникационного конфликта: либо превентивно, либо в ответ на действия власти. Такой конфликт неизбежно отражается, а в ряде случаев зарождается или автономно существует в средствах массовой информации.

И власть, и оппозиция заинтересованы в постоянном наращивании своего медийного потенциала. При этом власть прилагает усилия к тому, чтобы оппозиционные ресурсы носили ограниченный характер и не приобретали характер общенациональных СМИ. Но основной вектор государственной коммуникационной политики – развитие прогосударственных каналов, в первую очередь телевидения. ТВ к 2021 г. продолжало выполнять роль главного медиа: по данным регулярных опросов населения Фондом «Общественное мнение», более 80% взрослого населения России стабильно смотрит телевизор хотя бы раз в неделю, и две трети населения делает это каждый день. Кроме того, ТВ – это не только телевизионный приёмник в «чистом» виде, а ещё и главный производитель контента для популярных интернет-ресурсов.

Принимаются специальные меры к тому, чтобы как можно дольше сохранить ТВ ведущим медиа, продвигающим государственные интересы. Так, Указом Президента РФ от 24.06.2009 № 715 установлено, что общероссийские общедоступные ТВ и радиоканалы являются обязательными для распространения на всей территории России и бесплатными для потребителей. Утверждены и внедрены составы первого и второго мультиплексов, в которые вошли двадцать телеканалов. Треть (32%) телепотребления в 2019 г. приходилась на «большую тройку» федеральных каналов («Первый канал», «Россия 1» и «НТВ») и ещё четверть – на четыре коммерческие телесети («Пятый канал», «ТНТ», «РЕН ТВ», «СТС»). На каналы, доступные в сетях операторов платного ТВ (около 240), а также многочисленные местные телеканалы в сумме приходилось чуть более 3% телеаудитории¹.

В принципе же, активное использование медийных ресурсов в коммуникационном противоборстве квалифицируются сегодня как объективно присущие политическому пространству и его игрокам. Как отмечает Е. Фидря, в ходе политической коммуникации и автор политического сообщения, и его реципиенты так или иначе обращаются к доминирующему дискурсу, либо утверждая его, либо пытаясь «подорвать». Социальные агенты, обладающие большим правом на использование символического капитала (органы власти – А. Ч.), стремятся осуществить

¹ Российское телерадиовещание и Интернет. Состояние, тенденции и перспективы развития в 2019 г.: <https://fapmc.gov.ru/rospechat/activities/reports/2020/teleradio.html> (дата обращения: 01.05.2021).

легитимацию доминирующего видения социального мира. Агенты, занимающие подчинённое положение в поле символического производства, при помощи опозиционной стратегии «независимости», «правды» и «объективности» подрывают официальное видение социального мира, пытаются утвердить свою картину и тем самым увеличить объём собственного символического капитала [Фидря].

Конфликтными по отношению друг к другу являются не только группы интересов внутри страны, но и целые государства. Естественным образом каждое из них стремится укрепить пул сторонников своей политики внутри страны и расширить группы её последователей за рубежом. Та и другая коммуникационная деятельность также переместилась в сферу медиатизации, причем даже в большей степени, чем внутристрановые отношения, поскольку возможности непосредственного наблюдения зарубежной жизни ограничены для большинства населения.

Общей задачей медийных структур является формирование за рубежом позитивного восприятия своей страны и дружественного отношения к ней. В этих целях создаются специальные медийные проекты, наличие которых характерно для многих развитых государств: например, передачи на национальных языках в странах вещания ведут BBC, Euronews, Голос Америки. В России также работают СМИ с вещанием на зарубежье, которые финансируются правительством: это российский международный многоязычный телеканал RT (ранее Russia Today) и Новостное агентство Sputnik.

Работая одновременно на внешние аудитории и население России, эти и другие СМИ приняли активное участие в масштабных антикризисных коммуникационных кампаниях в условиях напряженных политических ситуаций. Проанализируем некоторые аспекты одной из них – «Возвращение Крыма».

«Крым наш!», «Крым опять в России!» – СМИ широко растиражировали обращение президента Путина от 18 марта 2014 г., где он приводил исторические и эмоциональные аргументы в пользу присоединения Крыма. Кроме того, активно транслировался тезис о том, что кризисная ситуация в Крыму – следствие ошибок новой украинской власти, восстановившей против себя население полуострова. В ходе крымских событий трансляция украинских телеканалов на территории полуострова была прекращена, и большинство жителей получало информацию в основном из российских СМИ.

Национальный совет Украины по вопросам телевидения и радиовещания в ответ потребовал ограничить, а потом и полностью прекратить вещание российских телеканалов на Украине. Большинство ведущих украинских СМИ, вовлеченных в информационное противостояние с Россией, выступали за европейский выбор Украины и изображали Россию в качестве главного врага. Постулировалось единство государства и незыблемость его унитарного строя; альтернативная точка зрения, включая мнения крымчан и жителей восточных областей Украины, отвергалась.

Передачи крупнейших общенациональных каналов Украины выходили с одинаковым логотипом – государственным флагом и надписью на нём «Единая стра-

на» на русском и украинском языках. Крымский полуостров в украинских СМИ во время и после событий 2014 г. именовался «оккупированным» и «аннексированным» [Жаботинская].

С 2014 г. статус Крыма остаётся предметом юридических споров и информационной войны, поскольку Украина и большинство стран мира отказываются признавать вхождение полуострова в состав России. Это омрачает политические и военные отношения России с западным сообществом («Большая семёрка», НАТО, Евросоюз, Совет Европы), чьи медиа активно осуждают российское вооруженное вмешательство во внутренние дела Украины («российскую агрессию») и поддерживают территориальную целостность и суверенитет Украины.

В этой ситуации российские СМИ продолжают продвигать тезисы о твёрдости своей внешнеполитической позиции, легитимности нахождения Крыма в составе России, окончательном и бесповоротном решении вопроса с Крымом, оперируя при этом такими понятиями, как «воля миллионов людей», «крымский консенсус» и «общенациональный консенсус».

Обострение медийного конфликта на межгосударственном уровне стимулировали подготовка и проведение празднования 75-летия Победы в Великой Отечественной войне. СМИ – участники информационной кампании по поводу итогов ВОВ и Второй мировой войны преследовали целью актуальное, в интересах заинтересованных субъектов, прочтение этих исторических событий и их современных последствий.

Например, важным информационным поводом стало одобрение парламентской ассамблеей ОБСЕ Вильнюсской декларации, где сталинский режим приравнивался к нацизму. Ассамблея отнесла к преступлениям СССР и начало Второй мировой войны, за которое советский режим тоже должен нести ответственность. Это якобы повысит значимость претензий некоторых стран к России за оккупацию и геноцид в середине прошлого века. «В XX веке европейские страны испытали на себе два мощных тоталитарных режима, нацистский и сталинский, которые несли с собой геноцид, нарушения прав и свобод человека, военные преступления и преступления против человечества» – говорилось в резолюции Ассамблеи.

Однако российская делегация и отечественные медиа транслировали другой тезис: «уравнение Третьего рейха и СССР, внесшего решающий вклад в разгром фашизма, является надругательством над историей»¹.

Получила широкий медийный резонанс резолюция польского Сейма, который квалифицировал освобождение Красной армией в сентябре 1939 года оккупированной поляками территории Западной Украины и Западной Белоруссии как агрессию против Польши. СССР объявлялся агрессором, развязавшим Вторую мировую войну совместно с Германией.

¹ Айзенштадт Д. Сталина перевернули в могиле. В ОБСЕ приравнивали сталинизм к нацизму // Газета.RU – 03.07.2009: https://www.gazeta.ru/politics/2009/07/03_a_3218612.shtml (дата обращения 01.05.2021).

Отражение в СМИ нашло введение литовским Сеймом уголовной ответственности за отрицание оккупации Литвы СССР.

Эксперты объясняли подобные коммуникационные ходы тем, что на уровне глобальной элиты возникла объективная заинтересованность в новой концепции Второй мировой войны, базирующейся на признании равной ответственности СССР и Германии, тождестве «сталинизма» с нацизмом. Это позволило бы перевести СССР (Россию) из разряда стран-победителей, столпов современного миропорядка в разряд потерпевшего поражение агрессора (Германия в 1945 г., СССР в 1991-м). Запад, по новой концепции истории войны, – спаситель человечества от чумы XX века – тоталитаризма (в форме нацизма и сталинизма), а Российская Федерация, как и послевоенная Германия, – правопреемник агрессивной тоталитарной империи, со всеми вытекающими отсюда последствиями. Но если Германия давно встала на путь исправления и искупления и заслужила право войти в семью цивилизованных народов, то России еще предстоит пройти этот путь¹.

Медийный конфликт и социальные сети

При анализе противоборства сторон в условиях медийного конфликта следует особо остановиться на роли интернет-коммуникаций в данном процессе. Очевидно, что гражданская активность – и экономическая, и особенно политическая – всё более уходит в информационную сеть, где формой выражения мировоззренческих позиций, целей и способов их достижения становятся полноценные порталы СМИ, авторские блоги, личные и групповые аккаунты в социальных сетях.

«Врожденная» интерактивность цифровых медиа ниспровергает одностороннюю трансляционную модель телевидения, позволяя получателям сообщения воздействовать на медиаконтент. Если раньше политики были сосредоточены на производстве заранее отточенных выступлений для публичного потребления, то теперь вынуждены считаться с возможностями аудитории подвергать сомнению, критиковать и модифицировать получаемые сообщения. В эпоху интерактивности производство политических сообщений стало более подвержено интерпретации и дроблению в точке их приёма.

Но проблема здесь возникает не только у авторов «односторонних посланий», но и у активной принимающей среды. После того, как некоторый контент опубликован онлайн, пользователи «перемешивают» первичное содержание и в ряде случаев меняют его смысл. Этот процесс получил название «мэшап» (от англ. mash-up - попури) – перестановка оригинальных данных с целью сделать их, с точки зрения пользователя, более актуальными. Например, на YouTube можно встретить множество видеороликов, которые представляют нарезку эпизо-

¹ Шишкин И. Фальсификация истории и интересы российской элиты // REGNUM: <https://regnum.ru/news/polit/1414246.html> (дата обращения 01.05.2021).

дов из выступлений политиков, иногда к тому же перемешанных с видеорядом из других источников [Неяскин]. Таким образом, первоначально вброшенный и имеющий статус «программного» тезис видоизменяется и рассеивается, что не происходит при синхронном «телевизионном» воздействии.

Эту «обратную сторону медали» можно увидеть при анализе событий «Арабской весны». Частично соглашаясь с популярным мнением о том, что её «сделали» технологии Интернета, аналитики подтверждают, что события «Арабской весны» наглядно продемонстрировали всю мощь и значение информационно-коммуникативных технологий (ИКТ) в управлении массами. Социальные сети и мобильные телефоны превратились в эффективный инструмент политики. Современный урбанизированный гражданин не мыслит себя вне интернет-пространства и сильно зависит от него даже в повседневно-бытовой сфере, с легкостью воспринимая виртуальную реальность Интернета. Критическое мышление у такого пользователя снижено, и сетевая информация воспринимается им как правда и норма жизни.

Но верно ли утверждение о том, что современные революции делались с помощью сетевого участия? Как отмечают М. Хусейн и П. Ховард, использование социальных сетей после «Арабской весны» стало новым способом организации инакомыслия и позволяет лидерам социальных движений модерировать коллективные действия местных протестных групп, а также устанавливать мосты для взаимодействия с международными общественными движениями и обмена политическими взглядами. На фоне некоторых политических достижений активистов возникло оптимистичное восприятие социальных сетей как способа эффективного противостояния контролю государства [Hussain].

Российский эксперт Э. Шульц также констатирует, что гражданская активность всё более уходит в Сеть, где плодятся «обличительные» аккаунты и форумы. Он замечает, что веб способен *агрегировать* любой объём информационных ресурсов и отдельных посланий, он может выполнить и *организаторскую* функцию.

А дальше возникает большое «НО»: «автоматически» *синхронизировать* смыслы и направления протестного движения сложнее, а *сформировать* за короткий период новые ценности и внедрить их в сознание людей разрозненным интернет-ресурсам и вовсе не под силу. Сказать с уверенностью, что повлияло больше на успех «Арабской весны» – символизм мышления или распространяемая через Сеть информация – сложно. Наслаиваясь на этот символизм, сетевая информация могла, вероятно, включать любое содержание, поскольку ложилась на подготовленную психологическую почву [Шульц].

Проведённые в США исследования также показали: точка зрения, согласно которой влияние Интернета на политические кампании приводит к массовым эффектам – с миллионами посетителей партийных сайтов, вовлечённых в онлайн-дискуссию и использующих неискажённую информацию о политических альтернативах как основу для принятия политических решений, – не подтвердилась. Аналитики пришли к выводу, что большинство посетителей актуальных веб-ресурсов уже являются сторонниками той или иной партии [Bimber].

Авторы книги «Управляемость и дискурс виртуальных сообществ в условиях политики постправды» также говорят о массовом распространении интернет-коммуникаций, но обращают внимание на то, что трудно представить себе механизмы, надежно и комплексно воспроизводящие целостное общественное мнение и формирующие гражданскую идентичность. Основанный на сегментированной коммуникации Интернет скорее разъединяет по новым основаниям, нежели соединяет по старым. Это – фундаментальная проблема феномена постправды. Отсутствие стержня общества приводит к проблемам сегментации и поляризации, а затем уже к кризису институтов «правды» и утрате их легитимности [Управляемость и дискурс...].

Как свидетельствует Д. Мерча, успехи уличных акций позволили говорить о достижении демократической гражданственности на практике. Офлайн-протесты привлекают значительное число последователей, которые делятся подробностями своего участия в социальных сетях. Их широкомасштабное использование приводит к ограничению координационного потенциала бюрократических организаций [Mercea]. Но дальнейший анализ влияния социальных сетей на политическую мобилизацию показывает, что, во-первых, государства разработали эффективные механизмы контроля за контентом социальных сетей. Во-вторых, мобилизация, происходящая во время кризиса, является необязательной и неочевидной: в виртуальной среде в каждый текущий период существуют разной степени активности группы, разделяющие общие интересы. Они могут как организовывать направленное воздействие, так и подвергаться этому воздействию со стороны других групп.

Получается, что пространство социальных сетей должно рассматриваться не как основанный на субъект-субъектной управляемости и доминирующий фактор выигрыша в медийном конфликте, а как зона, также и воспроизводящая острый конфликт между разными группами «общих», на первый взгляд, интересов и постоянную конкуренцию этих групп за влияние в киберпространстве.

Заключение. Итак, в условиях новой медийной реальности субъект информационного поля не в силах заблокировать (подавить) потенциально конфликтную информацию, поскольку ее всё равно выпустит другой, непредсказуемый источник. Не позволяет избежать конфликта и так называемая «объективная» информация, поскольку и на этот продукт найдётся свой оппонент. Таким образом, гораздо более актуальной, чем прежде задачей антикризисной коммуникации становится *управление конфликтом за счет доминирования* в медийном пространстве, когда ваша информация на количественном и качественном уровне существенно превосходит информацию оппонента. Доминирование, ориентированное на выигрыш в конфликте, реализует одну из трёх коммуникационных позиций, или все три одновременно, а именно:

а) поддержание (усиление) приемлемой установки, уже присутствующей в общественном сознании;

б) изменение (снижение влияния, замена) неприемлемой установки, имеющей в обществе;

в) создание и внедрение новой установки.

За счёт каких главных факторов может быть реализована поставленная задача? В количественном выражении она решается посредством организации масштабного пула релевантных и синхронизированных информационных ресурсов. Здесь стоит теоретически обозначить и практически принять во внимание такие принципиально новые и определяющие влияние конкретности медийного ресурса моменты, как:

- конвергентность ресурса/холдинга ресурсов, то есть аккумуляция им разных форматов медийного вещания, печатного и электронного;

- организованные вокруг ресурса сообщества пользователей.

В качественном плане задача доминирования в информационном пространстве решается, как и во все времена, за счёт формирования привлекательного контента. Но дело в том, что, с развитием интернет-коммуникаций и появлением новых медиа, гуманитарные технологии производства эффективного контента существенно изменились. Проследим кратко и данный процесс.

Так, издавна существовали две условные модели новостного производства. Первую из них называют *make story* (повествовательное изложение фактов), вторую – *make sense* (интерпретация фактов, конструирование смыслов). Модель *make story* длительное время считалась более этичной и приоритетной, поскольку предусматривала лишь отбор самых важных событий и представление их аудитории, оставляя за ней право определения смысла. В задачи модели входит информирование потребителей о любых событиях с точки зрения реконструкции их развёрнутой картины, расширение жизненного опыта аудитории через эмпирический набор фактов, создание исторической хроники.

Модель *make sense* ориентировалась на то, что смысл излагается внутри содержания новости в качестве его отдельного элемента. При этом недостающие фрагменты, или даже вся информация, могут заменяться смысловой интерпретацией, «подсказками» на основе ранее известных сведений. Целью такого рода операций является включение индивида в некоторый социально-политический контекст для последующей реализации запрограммированных целей.

Задачи смысловой модели отличаются от повествовательной и предусматривают информирование аудитории об изменении окружающей её реальности с точки зрения сохранения (инсталлирования, разрушения) актуальных установок; идентификацию потребителей с этими установками, конструирование для них единой реальности в виде ориентации в настоящем, осмысления прошлого, прогнозирования будущего; поддержание оптимальной коммуникации между социальными группами общества и властью. Сам отбор фактов для смысловых новостей ставится в зависимость от политической и экономической ситуации в стране и предполагает наличие у производителя контента так называемой

позиции. Она характеризуется следующим образом: то, что имеет смысл и что читатель, слушатель, зритель должен узнать и понять.

В условиях новой информационной реальности подавляющее большинство медийных источников теряют возможность на монопольное изложение факта. Более того, во многих случаях вообще невозможно определить, кто изложил данный факт первым. Отсюда медиа вынужденно принимают на себя роль комментатора факта, а точнее – его смыслового интерпретатора. Возникает феномен, называемый «исчезновение факта», «смысл вместо факта» (экономический аналог – «исчезновение товара», «бренд вместо товара»), и модель *make sense* становится не просто выбранной, но неизбежно доминирующей, а конфликт в медийном поле выражается в *смысловой интерпретации* факта, в коммуникационном противоборстве смыслов.

С. Володенков замечает, что коммуникационные технологии в современном политическом управлении интенсивно используются для формирования объяснительных моделей восприятия социально-политической реальности обществом, а также моделей массового поведения, рассчитанных на поддержание стабильности существующих политических режимов и достижение целей субъектов политического управления. В условиях информационного общества, характеризующегося потреблением огромных массивов информации, такого рода модели выполняют функцию упорядочивания и структурирования сложной политико-экономической реальности для населения, упрощая картину мира, а также выступают в качестве инструмента выработки предсказуемых и управляемых шаблонов политического поведения в обществе.

Ввиду этого задачи формирования для общественного сознания простых, привлекательных, «достоверных» и удобных в потреблении объяснительных медиа-моделей социально-политической реальности и соответствующих им «безопасных» поведенческих реакций становятся одними из ключевых в процессе современного политического управления [Володенков: 277-278].

Фиксируя растущее значение манипулятивных технологий в эпоху социальных сетей, И. Чилува и С. Самойленко также рассматривают эти стратегии и тактики в качестве механизмов регулирования соотношений сил, которые сознательно используются прагматичными акторами для достижения своих целей в современной медиаэкосистеме, как они называют коммуникационное пространство [Chiluwa].

Получается, что так называемые «манипуляции», «неявные воздействия» и тому подобные определения, характеризующие неприемлемые методы влияния в медийном поле, становятся в новых информационных реалиях объективно присущими конфликтным коммуникациям. Данный вывод базируется на следующих констатациях:

1) Перечень запрещённых методов скрытого или угрожающего безопасности граждан информационно-коммуникационного воздействия определён федеральным законодательством, в частности, законами «О средствах массовой информации», «О рекламе» и рядом других, включая упомянутый выше Закон.

2) Методы «явного воздействия», призванные дать человеку возможность «самостоятельно рассуждать и принимать решения», приемлемы в идеале, но трудновыполнимы и вытеснены из коммуникационного арсенала в силу их низкой эффективности, как и модель повествовательного позиционирования в целом.

3) Негативно звучащий термин «манипулирование», пригодный для эмоционального выступления, в рациональной деятельности нуждается в замене на иной – «интерпретация».

4) Смысловая интерпретация полученной информации и противоборство смыслов становятся неизбежными и доминирующими формами поведения в медийном конфликте.

5) Такая интерпретация производится в актуальном для субъекта конфликта направлении и должна осуществляться способами, не противоречащими юридическим актам государства и этическим нормам профессионального сообщества.

Таким образом, в ходе медийного конфликтного противоборства вокруг так называемого факта должен осуществляться процесс *смыслового позиционирования*, которое предполагает переосмысление контекста сообщения и ориентацию аудитории на то, как следует его воспринимать, что сообщение значит в перспективе. В рамках данного процесса ключевым, на наш взгляд, является такой термин, как «актуальность». То есть переосмысливать контекст нужно в актуальном для субъекта конфликта направлении, равно как и позиционировать требуется актуальную информацию.

В числе способов аргументации при смысловом позиционировании фигурируют такие, как ссылка на вызывающий доверие источник, изложение версий и их сравнение, использование авторитетных экспертов, создание фона в виде высказываний «рядовых» участников событий; представление «нарезанных» цитат, аудио или видеоряда и др. В совокупности залогом выигрыша в конфликте на информационном поле будут объём вбрасываемого в медийное пространство актуального контента и качество его интерпретации.

Источники

Володенков С.В. (2019). Политический менеджмент и управление современными политическими кампаниями. М.: РГ-Прогресс.

Грачёв М.Н. (2021). Моделирование процесса медиатизации политики // Российская пиарология: тренды и драйверы. Вып. 11. С-ПбГЭУ. С. 34-41.

Жаботинская С.А. (2015). Язык как оружие в войне мировоззрений. Майдан-Антимайдан. Словарь лексических инноваций: http://politikym.net/biblioteka/knigi_dla_skachivaniya/yazyk_kak_oruzhie.pdf (дата обращения 01.05.2021).

Неяскин Г.Н. (2010). Интернет в политических кампаниях США и России. М.: ГУ ВШЭ.

Почепцов Г.Г. (2019). (Дез) информация. Киев: Паливода.

Саенко Г.В. (1999). Политическая оппозиция как социальное явление. Москва.

Соловьев А.И. (2016). Государство и управление. М.: Аспект-пресс.

Управляемость и дискурс виртуальных сообществ в условиях политики постправды. Монография / Под ред. Д. С. Мартынова. СПб.: ЭлекСис, 2019.

Фидря Е.С. (2019). Факторы и логика реконструирования смысла политического текста в условиях когнитивной и интерпретативной неопределённости // Полис. № 4. С. 40-56.

- Шульц Э.Э. (2014). Технологии бунта. Москва.
- Bimber B., Davis R. (2003). *Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections*. New York: Oxford University Press.
- Chiluwa I.E., Samoilenko S.A. (2019). *Handbook of research on deception, fake news, and misinformation online*. Hershey, PA: IGI Global.
- Hussain M., Howard P. (2013). *State power 2.0: Authoritarian entrenchment and political engagement worldwide*. Routledge.
- Kalpokas I. (2018). *A Political Theory of Post-Truth*. Springer.
- Mailer N. (1973). *A Biography*. Grosset & Dunlap (О фактоиде в книге Н. Мейлера см.: Аронсон Э. (2008). Современные технологии влияния и убеждения. Эпоха пропаганды).
- Mercea D. (2016). *Civic participation in contentious politics: The digital foreshadowing of protest*. Palgrave Macmillan.

■ ■ ■ Conflict Communications in Modern Media

Chumikov A.N.

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia.

Abstract. The author traces the dynamics of ideas about conflict communications in the media in the conditions of a revolutionary change in the information space. These changes are so global that they have led to the emergence of the term «mediatization of public life», which is defined as the process of creating virtual politics and economics and establishing a serious dependence of real spheres on their presentation in the media. In the context of the information and communication explosion, there is a phenomenon called «disappearance of fact», «meaning instead of fact», when the model of narrative presentation of facts is increasingly replaced by their interpretation and construction of meanings. The author notes that analysts are keen on fact-checking – methods of recognizing factoids, fakes; identifying other forms of manipulation of information. However, it is equally important not only to «expose» implicit influences, but also to understand that the so-called «manipulations» that characterize unacceptable methods in the media are becoming objectively inherent in media communications.

Semantic interpretation of the received information and the confrontation of meanings become the inevitable and dominant forms of communication behavior in the media field of conflict. Semantic positioning involves the orientation of the audience on how to perceive this content, what it means now and in the future. In the framework of this process, according to the author, such a term as «relevance» is acceptable. It is necessary to rethink the content in the direction that is relevant for the subject of political communication, as well as to position the relevant information that does not contradict the legal acts of the state and the ethical standards of the professional community.

Keywords: crisis, emergency, conflict, mediatization, new media, information and communication explosion, post-truth, fake, manipulation, semantic positioning

For citation: Chumikov A.N. (2021). Conflict communications in modern media. *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 2. P. 125-142. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-125-142.

Information about the author: Chumikov Alexander Nikolaevich – D.Sc. (Polit.), Professor; Professor of the Department of communication technologies of the Institute of International Relations and Socio-Political Sciences, Moscow State Linguistic University. *Address:* 119034, Russia, Moscow, Ostozhenka str., Conflict communications in modern media 38/1. *E-mail:* chumikov@pr-club.com.

Received: 14.04.2021. *Accepted:* 08.05.2021.

References

- Bimber B., Davis R. (2003). *Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections*. New York: Oxford University Press.
- Chiluwa I.E., Samoilenko S.A. (2019). *Handbook of research on deception, fake news, and misinformation online*. Hershey, PA: IGI Global.
- Controllability and Discourse of Virtual Communities in the Context of Post-Truth Politics, Ed. D.S. Martyanova. SPb.: ElekSis, 2019 (In Rus.).
- Fidrya E.S. (2019). Factors and logic of reconstructing the meaning of a political text in conditions of cognitive and interpretive uncertainty. *Polis*. No. 4. P. 40-56 (In Rus.).
- Grachev M.N. (2021). Modeling the process of mediatization of politics. *Russian PRology: trends and drivers*. Issue 11. С-ПбГЭУ. P. 34-41 (In Rus.).
- Hussain M., Howard P. (2013). *State power 2.0: Authoritarian entrenchment and political engagement worldwide*. Routledge.
- Kalpokas I. (2018). *A Political Theory of Post-Truth*. Springer.
- Mailer N. (1973). *A Biography*. Grosset & Dunlap (О фактоиде в книге Н. Мейлера см.: Аронсон Э. (2008). *Современные технологии влияния и убеждения. Эпоха пропаганды*).
- Mercea D. (2016). *Civic participation in contentious politics: The digital foreshadowing of protest*. Palgrave Macmillan.
- Neyaskin G.N. (2010). *Internet in political campaigns in the USA and Russia*. Moscow: HSE (In Rus.).
- Pochepstov G.G. (2019). *(Des) information*. Kiev: Palivoda (In Rus.).
- Saenko G.V. (1999). *Political opposition as a social phenomenon*. Moscow (In Rus.).
- Schultz E.E. (2014). *Riot technologies*. Moscow (In Rus.).
- Soloviev A.I. (2016). *State and government*. Moscow: Aspect-press (In Rus.).
- Volodenkov S.V. (2019). *Political management and management of modern political campaigns*. Moscow: RG-Progress (In Rus.).
- Zhabotinskaya S.A. (2015). *Language as a weapon in the war of worldviews. Maidan-Antimaydan. Dictionary of lexical innovations*: http://politikym.net/biblioteka/knigi_dla_skachivaniya/yazyk_kak_oruzhie.pdf (In Rus.).

■ ■ ■ Нормативные правовые аспекты государственного и муниципального управления в сфере информационно-психологической безопасности граждан

Нечаева И.И.¹, Шевченко А.Н.²

1. Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых (ВлГУ), Владимир, Российская Федерация.

2. Владимирский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), Владимир, Российская Федерация.

Аннотация. Современная информационная среда представляет собой сложную сферу общественного устройства. Информация, которая ежесекундно окружает нас, может оказывать как плодотворное влияние, потенциально приводящее к развитию личности и общества, так и негативное, которое нацелено на разрушение систем и человека. В современном обществе, с его стремительно растущими техническими возможностями, объемами производящейся и потребляемой информации риски информационного воздействия распространяются как на технические аспекты безопасности, так и на психолого-идеологические. В связи с этим качественно новой и важной становится задача противодействия информационным угрозам на всех уровнях. Существующее российское законодательство уделяет внимание всем ключевым направлениям информационной безопасности общества, однако не разводит данное понятие по сферам влияния, исследуя вопрос комплексно. В представленной статье внимание уделено анализу нормативно-правовой базы в части установления основ федеральной политики в области государственного развития и в сфере превенции дестабилизирующей информационной активности с позиций внешнего психологического информационного воздействия.

Ключевые слова: государственное и муниципальное управление, правовые основы информационной безопасности, информационная безопасность, информационное воздействие, государственная политика, информационные угрозы, угрозы информационной безопасности, информационно-психологическая безопасность

Для цитирования: Нечаева И.И., Шевченко А.Н. Нормативные правовые аспекты государственного и муниципального управления в сфере информационно-психологической безопасности граждан // Коммуникология. 2021. Том 9. № 2. С. 143-155. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-143-155.

Сведения об авторах: Нечаева Ирина Игоревна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых (ВлГУ); Шевченко Александр Николаевич – магистрант Владимирского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС). Адрес: 600000, Россия, г. Владимир, ул. Горького, 87. E-mail: nechaevaii@list.ru; demiurg_08@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 16.05.2021. *Принята к печати:* 07.06.2021.

Современное информационное общество предполагает стремительное развитие новых технологий, прозрачность границ и быстрое реагирование в контексте многозадачности. Роль информационной сферы во всех областях жизнедеятельности трудно переоценить. Информация, информационная инфраструктура, субъекты информационного обмена прочно и с наращиванием объемов входят в общественные отношения, образуя собственные системы и собственные отношения внутри них. Возрастающая скорость обмена информацией, которая сегодня находится на качественно новом уровне, влечет за собой и пропорционально растущую потребность в управлении этими потоками и, прежде всего, на уровне федеральных органов законодательной и исполнительной власти.

Информационное пространство, которое стало неотъемлемой частью жизни людей и стабильного функционирования общества и государства, как и любое другое социальное явление, является противоречивым. С одной стороны, обеспечивается быстрый обмен информацией, наращиваются объемы ее хранения и механизмы аналитики, упрощается доступ к ее получению и использованию на разных уровнях организации общества. С другой стороны, появляются новые угрозы социально-экономической и кибербезопасности, качественно новые возможности ведения информационных и гибридных войн, совершенствуются механизмы сетецентрических войн и т.д., что отражается на национальной безопасности общества в целом, и психологической безопасности граждан в частности.

Вопросу информационной безопасности в отечественной и зарубежной литературе уделено большое внимание. Значительный исследовательский сектор составляют научные работы, посвященные анализу нормативных правовых актов в сфере обеспечения информационной безопасности на государственном уровне.

Правовые аспекты влияния информационно-коммуникационных технологий на развитие современного общества были исследованы в трудах А.Б. Венгерова [Венгеров]; О.А. Городова [Городов], В.Б. Наумова [Архипов, Наумов, Пчелинцев, Чирко], И.М. Рассолова [Рассолов] и др., среди западных исследователей по данному вопросу можно отметить труды Д.Р. Джонсона [Johnson], Л. Лессига [Lessig], Д. Хьюза [Hughes] и др.

Различные правовые аспекты обеспечения информационной безопасности личности, общества, государства исследованы в трудах С.А. Буданова [Буданов], С.Н. Головина [Головин], Л.А. Коврижных [Коврижных] и др.

Отдельную группу составляют источники, связанные с политическим аспектом обеспечения информационной безопасности РФ: А.В. Кубышкин [Кубышкин], В.Е. Макаров [Макаров], А.В. Манойло [Манойло], Е.С. Муравьева [Муравьева] и др. Так, например, в монографии В.Е. Макарова представлен новый подход к вопросу о влиянии политических и социальных аспектов на обеспечение информационной безопасности личности, социальных групп, общества и государства в современных условиях усилившегося информационного воздействия со стороны США и некоторых стран Западной Европы.

Место информационно-психологической безопасности в контексте государственной безопасности

Одной из наиболее приоритетных задач любого государства является безопасность. Пол Д. Уильямс в целом под безопасностью понимает мощный политический инструмент в привлечении внимания к приоритетным вопросам, относя ее к «козырным картам» в борьбе за распределение ресурсов [Williams: 2]. С. Макинда определяет безопасность как сохранение норм, правил, институтов и ценностей общества, осуществление защиты от военных и невоенных угроз [Makinda: 281-292]. В отечественной литературе понятие «безопасность» синонимизируется с «защищенностью», либо раскрывается непосредственно через объекты безопасности или угрозы, как, например, в российской нормативно-правовой базе. Общим в зарубежных и отечественных научно-правовых изысканиях является связь безопасности, государства и личности. Так, в рамках национальной безопасности Российской Федерации одним из главных направлений обеспечения государственной и общественной безопасности обозначено усиление роли государства в качестве гаранта безопасности личности¹.

Информационная безопасность является неотъемлемой и важной частью национальной безопасности, которая в свою очередь исходит из понимания безопасности в целом. В части установления цепочки «безопасность – национальная безопасность – информационная безопасность» нельзя не согласиться с предложенными коллективом авторов уровнями безопасности [Голубчиков, Новиков, Баранова: 321]. Однако далее в предложенной схеме в качестве следующего уровня безопасности указана ее защита. Статья 16 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» определяет в качестве основных направлений защиты информации «обеспечение защиты информации от неправомерного доступа, уничтожения, модифицирования, блокирования, копирования, предоставления, распространения, а также от иных неправомерных действий в отношении такой информации; соблюдение конфиденциальности информации ограниченного доступа; реализацию права на доступ к информации»², что отражает суть в большей степени технического аспекта вопроса. Непосредственно информационно-психологический уровень воздействия рассматривается авторами лишь в контексте защиты информации в качестве угроз в области информационной безопасности [Голубчиков, Новиков, Баранова: 322]. Мы видим целесообразным выделить в самостоятельный уровень информационно-психологическую безопасность, а в качестве основных угроз указать причинение вреда здоровью человека; нейролингвистическое воздей-

¹ Указ Президента РФ от 31.12.2015 N 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации».

² Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 09.03.2021) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 20.03.2021).

ствие на сознание человека, искусственное привитие ему синдрома зависимости; утрату способности к политической, культурной, нравственной самоидентификации человека; манипуляцию общественным сознанием; разрушение единого информационного и духовного пространства Российской Федерации, традиционных устоев общества и общественной нравственности, а также нарушения иных жизненно важных интересов личности, общества и государства, которые были предложены в тексте снятого с рассмотрения законопроекта¹, и т.д. Обратимся к имеющейся базе нормативных правовых документов, затрагивающих вопрос информационной и информационно-психологической безопасности.

Нормативные основы государственного и муниципального управления в сфере информационной и информационно-психологической безопасности

В целом информационная безопасность обеспечивается комплексом нормативно-правовых актов, прежде всего, основами законодательства выступают Конституция Российской Федерации, Федеральный закон от 14.06.1994 N 5-ФЗ (ред. от 01.07.2017) «О порядке опубликования и вступления в силу федеральных конституционных законов, федеральных законов, актов палат Федерального Собрания», Указ Президента РФ от 23.05.1996 N 763 (ред. от 29.05.2017) «О порядке опубликования и вступления в силу актов Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и нормативных правовых актов федеральных органов исполнительной власти» и другие.

К стратегическим документам можно отнести «Основы государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности на период до 2020 года» (утв. Президентом РФ 24.07.2013 N Пр-1753), Указ Президента РФ от 31.12.2015 N 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации», Указ Президента РФ от 05.12.2016 N 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации», Указ Президента РФ от 09.05.2017 N 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы», Выписка из Основных направлений научных исследований в области обеспечения информационной безопасности Российской Федерации (утв. Секретарем Совета Безопасности Российской Федерации Н.П. Патрушевым 31 августа 2017 г.), Распоряжение Правительства РФ от 03.06.2019 N 1189-р «Об утверждении Концепции создания и функционирования национальной системы управления данными и плана мероприятий («дорожную карту») по созданию национальной системы управления данными на 2019 – 2021 годы», Указ Президента РФ от 10.10.2019 N 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года»).

¹Проект Федерального закона N 99114515-2 «Об информационно-психологической безопасности» (ред., внесенная в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 03.12.1999).

Системообразующими документами, которые тем или иным образом регулируют различные аспекты обеспечения информационной безопасности являются Гражданский кодекс Российской Федерации, Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 19.07.2018) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Указ Президента РФ от 06.03.1997 N 188 (ред. от 13.07.2015) «Об утверждении Перечня сведений конфиденциального характера».

Кроме того, Указ Президента РФ от 16.08.2004 N 1085 (ред. от 08.05.2018) «Вопросы Федеральной службы по техническому и экспортному контролю», Приказ ФСТЭК России от 12.05.2005 N 167 (ред. от 26.04.2018) «Об утверждении Регламента Федеральной службы по техническому и экспортному контролю» (Зарегистрировано в Минюсте России 06.06.2005 N 6682), Федеральный закон от 03.04.1995 N 40-ФЗ (ред. от 07.03.2018) «О федеральной службе безопасности», Указ Президента РФ от 11.08.2003 N 960 (ред. от 03.07.2018) «Вопросы Федеральной службы безопасности Российской Федерации», Постановление Правительства РФ от 02.06.2008 N 418 (ред. от 25.09.2018) «О Министерстве цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации», Постановление Правительства РФ от 16.03.2009 N 228 (ред. от 25.09.2018) «О Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций» (вместе с «Положением о Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций») и др.

Вопросы технического регулирования в части стандартизации, определения процедур оценки соответствия средств защиты информации, определения мероприятий по аттестации объектов информатизации по требованиям безопасности информации, особенностей проведения измерений регулируются Федеральным законом от 27.12.2002 N 184-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «О техническом регулировании», Федеральным законом от 26.06.2008 N 102-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об обеспечении единства измерений», Федеральным законом от 29.06.2015 N 162-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О стандартизации в Российской Федерации», Постановлением Правительства РФ от 30.12.2016 N 1567 «О порядке стандартизации в отношении оборонной продукции (товаров, работ, услуг) по государственному оборонному заказу, продукции, используемой в целях защиты сведений, составляющих государственную тайну или относимых к охраняемой в соответствии с законодательством Российской Федерации иной информации ограниченного доступа, продукции, сведения о которой составляют государственную тайну, а также процессов и иных объектов стандартизации, связанных с такой продукцией». Это далеко не полный перечень нормативных правовых актов, регулирующих сферу информационной безопасности.

Бесспорно, выходящая на первый план в современном обществе информационная сфера оказывает влияние на состояние всех сфер общества (политической, экономической, оборонной и других) и аспектов безопасности Российской Федерации. Понимание необходимости обеспечения информационной и информационно-психологической безопасности, как неотъемлемой составля-

ющей государственной безопасности, мы видим в тексте Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2025 года, предписывающей обеспечение, в том числе, предупреждение попыток фальсификации истории России, противодействие пропаганде идей экстремизма в средствах массовой информации и электронных коммуникаций; реализацию мер правового и информационного характера по профилактике использования национального и религиозного факторов, совершенствование государственной информационной системы мониторинга в сфере межнациональных и межконфессиональных отношений и раннего предупреждения конфликтных ситуаций и др.¹ Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года в качестве основных направлений социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, относящихся к приоритетным геостратегическим территориям Российской Федерации, характеризующимся эксклавым положением, относит, в том числе, обеспечение транспортной, энергетической и информационно-телекоммуникационной безопасности².

Доктрина информационной безопасности Российской Федерации рассматривает информационную безопасность как состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества, государства в информационной сфере от внешних и внутренних угроз, обеспечивающее ее формирование, использование и развитие, через снятие информационной неопределенности. Состояние защищенности при этом возможно лишь через реализацию комплекса правовых, научно-технических, специальных, организационных механизмов и мер, направленных на своевременное выявление, сдерживание, реальное противодействие и пресечение неправомерного получения и распространения защищаемой информации органами государственной власти, физическими и юридическими лицами.

Национальные интересы в сфере информационной безопасности Доктрина подразделяет на четыре основных составляющие: соблюдение конституционных прав и свобод человека и гражданина в области получения информации и пользования ею, обеспечение духовного обновления России, сохранение и укрепление нравственных ценностей общества, традиций патриотизма и гуманизма, культурного и научного потенциала страны; информационное обеспечение государственной политики Российской Федерации, связанное с доведением до российской и международной общественности достоверной информации о государственной политике Российской Федерации, ее официальной позиции по социально значимым событиям российской и международной жизни, с обеспечением доступа граждан к открытым государственным информационным ресурсам; раз-

¹ Указ Президента РФ от 19.12.2012 N 1666 (ред. от 06.12.2018) «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года».

² Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р.

витие современных информационных технологий, отечественной индустрии информации, в том числе индустрии средств информатизации, телекоммуникации и связи, обеспечение потребностей внутреннего рынка ее продукцией и выход этой продукции на мировой рынок, а также обеспечение накопления, сохранности и эффективного использования отечественных информационных ресурсов; защиту информационных ресурсов от несанкционированного доступа, обеспечение безопасности информационных и телекоммуникационных систем, как уже развернутых, так и создаваемых на территории России¹.

В соответствии с п. 1 ст. 10 Конвенции о защите прав человека и основных свобод каждый имеет право свободно выражать свое мнение, в том числе, свободно получать и распространять информацию и идеи без какого-либо вмешательства со стороны публичных властей и независимо от государственных границ. Согласно ст. 29 Всеобщей декларации прав человека, п. 3 ст. 19, ст. 20 Международного пакта о гражданских и политических правах, п. 2 ст. 10 Конвенции о защите прав человека и основных свобод, ст. 29, 55 Конституции РФ, реализация указанных прав может быть сопряжена с ограничениями, установленными законом с целью уважения в обществе прав и репутации других лиц, охраны государственной безопасности и общественного порядка, предотвращения беспорядков и преступлений, охраны здоровья и нравственности и т.д. Ст. 4 Закона РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» содержит запрет на злоупотребление свободой массовой информации. Так, не допускается использование СМИ, в том числе, для распространения материалов, содержащих публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публично оправдывающих терроризм, других экстремистских материалов, а также материалов, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости и материалов, содержащих нецензурную брань. Кроме того, запрещается использование технических приемов распространения информации, воздействующей на подсознание людей и (или) оказывающих вредное влияние на их здоровье и т.д. В соответствии со ст. 15.1 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»² в целях ограничения доступа к сайтам в сети «Интернет», содержащим материалы с порнографическими изображениями несовершеннолетних, информации о способах совершения самоубийства, а также призывов к совершению самоубийства, информации о несовершеннолетнем, пострадавшем в результате противоправных действий (бездействия), информации, направленной на склонение или иное вовлечение несовершеннолетних в совершение противоправных действий, представляющих угрозу для их жизни и (или) здоровья либо для жизни и (или) здоровья иных лиц и т.д.,

¹ Указ Президента Российской Федерации от 5 декабря 2016 г. № 646 «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации».

² Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ.

создается единая автоматизированная информационная система «Единый реестр доменных имен, указателей страниц сайтов в сети «Интернет» и сетевых адресов, позволяющих идентифицировать сайты в сети «Интернет», содержащие информацию, распространение которой в Российской Федерации запрещено».

Информационные механизмы психологического воздействия и основные направления борьбы с ними

Несмотря на принимаемые меры, наиболее уязвимым в плане противоправных действий в сфере информационной безопасности на данный момент остается пространство «Интернет». В современной информационной среде, наряду с «разумным» контентом, можно столкнуться с большим количеством «информационных вбросов». Их появление обусловлено множеством причин, в том числе, огромным потоком информации, где качество уступает количеству, так как человек не справляется с предлагаемыми, а порой и навязанными ему объемами, и, как следствие, принимает информацию в «сыром» виде, без тщательного анализа и проверки; доступностью; высокой эффективностью самого механизма и его дешевизной. Современный потребитель контента в своей массе отдает предпочтение коротким, желательно визуализированным, сообщениям, а не полноценным информативным тестам, и информационные вбросы отлично вписываются в контекст подобного стремительного изменения, представляя собой короткие сообщения, вызывающие сильное эмоциональное возбуждение. Если к рекламным вбросам люди уже почти привыкли, то вбросы политические, связанные с созданием определенного отношения к политической ситуации в целом, политическому объекту или субъекту, вызывают большой резонанс в обществе. Именно политические вбросы наиболее негативны и зачастую недостоверны.

Важно отметить, что воздействие на психику и эмоциональное состояние людей, особенно в стрессовой ситуации, оказывает как недостаток информации, так и ее переизбыток и противоречивость. Часто появление «нездоровой» информационной активности противоречивого и не соответствующего реальности содержания приходится на периоды выборов в органы государственной власти, трагических событий и происшествий в обществе, военных действий и прочего. Особенно остро эта проблема встала в период пандемии коронавируса в мире, когда достаточно большое распространение и «обратную связь» получили так называемые фейковые новости, спекулирующие на ней. В российском законодательстве под фейком понимается заведомо недостоверная общественно значимая информация, распространяемая под видом достоверных сообщений и создавшая определенную угрозу жизни или здоровью граждан, имуществу, общественному порядку и общественной безопасности¹. Это понятие, как и мера ответственности, появилось в марте 2019 года с целью противодействия распро-

¹ Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

странению заведомо недостоверной информации и нагнетания общественной паники. Также в марте 2019 года был введен механизм ограничения доступа к такой информации Роскомнадзором по обращению Генеральной прокуратуры РФ.

Роскомнадзором ведется единый реестр запрещенных сайтов непрерывно в электронном виде в соответствии с Правилами, утвержденными постановлением Правительства РФ от 26.10.2012 № 1101. Объектом блокировки может быть доменное имя, страница сайта, сетевой адрес, а с 01.10.2020 г. – приложение. Для запуска механизма блокировки Роскомнадзору необходимо основание, которым может быть решение уполномоченного органа (административная блокировка); решение суда (судебная блокировка); предписание судебного пристава-исполнителя, таким образом, не всегда Роскомнадзор самостоятельно принимает решение о блокировке объекта. Далее, при наличии положительного решения, объект в течение суток вносится Роскомнадзором в Реестр. Одновременно с занесением интернет-ресурса в число запрещенных выясняется провайдер хостинга данного ресурса, после этого Роскомнадзор направляет ему и владельцу сайта электронное уведомление о блокировке. При условии, если владелец интернет-ресурса после получения уведомления удалил запрещенную информацию, то сайт не включается в реестр запрещенных. Если владелец не удалил контент, то провайдер хостинга обязан ограничить доступ к нему, а Роскомнадзор включает его в Реестр. В случае, если контент содержит информацию, порочащую честь и достоинство, недостоверную информацию, нарушает авторские права или распространяет персональные данные, тогда для блокировки необходимо судебное решение.

Кроме фейков, в пространстве «Интернет» все чаще встречаются случаи «троллинга» с целью нагнетания негативного восприятия, гнева собеседника или собеседников. Троллинг также может носить политический характер с негативными оттенками и встречается чаще всего в социальных сетях при обсуждении участниками группы контента, даже неполитического. Другим проявлением информационно-психологического воздействия можно назвать кибербуллинг. В самом общем понимании, он представляет собой насилие, травлю в цифровом пространстве. Являясь обобщающим понятием для кибермоббинга, кибертравли и выходящего за границы телекоммуникационных сетей киберсталкинга – преследования жертвы через повторяющиеся сообщения, вызывающие тревогу и раздражение. Кибербуллинг (киберсталкинг) может выражаться в нападении в публичных группах социальных сетей, распространении заведомо ложной порочащей честь и достоинство другого лица информации или ложных сведений, «кража личности» с целью отправки провокационной информации другим пользователям, в том числе, хеппислепинг. Российское агентство правовой и судебной информации отмечает, что в 2020 году эта проблема встала особенно остро, что обусловлено пандемией коронавируса и ее последствиями, как в политической, экономической, так и в социальной сфере. В этой ситуации повышенной тревожности граждан, отсутствия прямой ответственности за кибер-

буллинг и вытекающее из этого ощущение безнаказанности за деяния, совершенные в Сети, клевета становится угрозой практически государственного масштаба. Существующие правовые инструменты, в частности, наказание за доведение до самоубийства (ст. 110 УК РФ), за клевету (ст. 128.1 УК РФ), оскорбление представителя власти (ст. 319 УК РФ) и т.д., на практике не дают возможность пресечь правонарушения подобного рода в Сети.

Категорией, наиболее уязвимой для такого информационного воздействия, являются дети и молодежь в силу своей высокой активности в социальных сетях и в Интернете в целом. Кроме того, рискованной эту группу делают и возрастные особенности восприятия. Федеральный закон от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» относит к такой информации, побуждающую к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью, самоубийству; способную вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные вещества, табачные изделия, алкогольную и спиртосодержащую продукцию, пиво и т.д.; обосновывающую или оправдывающую допустимость насилия и жестокости либо побуждающая осуществлять насильственные действия по отношению к людям или животным; отрицающую семейные ценности, пропагандирующую нетрадиционные сексуальные отношения и формирующую неуважение к родителям или другим членам семьи и другую. В соответствии с п. 1 ст. 14 Федерального закона от 24 июля 1998 г. N 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» органы государственной власти в Российской Федерации принимают меры по защите ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящих вред его здоровью, нравственному и духовному развитию.

Выводы. Понятие информационно-психологического воздействия включает в себя множество аспектов. Во-первых, это информационное влияние на граждан государства с целью подрыва политической, экономической, социальной и культурной систем общества другим государством в ходе информационной войны. Здесь мы говорим о психолого-идеологическом воздействии, дестабилизирующем общество, манипулировании контентом, дезинформации, подмене традиционных ценностей и моральных норм нравственными суррогатами. Во-вторых, использование информации с целью организации экстремистских, террористических организаций с привлечением новых участников через использование информационных технологий. В-третьих, использование информационно-коммуникационных технологий для ущемления прав и свобод человека и гражданина, реализуемых в информационном пространстве. Это далеко не все направления влияния, по которым должно осуществляться информационное противодействие, являющееся неотъемлемой частью информационной безопасности человека и общества.

Несмотря на наличие механизмов правового регулирования информационного воздействия на население, многие из них не отвечают современным реалиям

в полной мере. На наш взгляд, принципиально новое информационное законодательство Российской Федерации находится сейчас на начальном этапе своего формирования и пока не охватывает всего сложившегося многообразия отношений, связанных с профилактикой и пресечением информационных угроз и их последствий. Так, работающим правовым механизмом на сегодняшний день является блокировка подобного контента Роскомнадзором, однако, осуществить это в рамках множества пользователей и платформ задача достаточно сложная: быстрый обмен информацией, анонимность в Интернете, количество сайтов и приложений и т.д.

Источники

- Архипов В.В., Наумов В.Б., Пчелинцев Г.А, Чирко Я.А. (2016). Открытая концепция регулирования Интернета вещей // Информационное право. № 2. С. 18-25.
- Буданов С.А. (2006). Правовое обеспечение информационной безопасности несовершеннолетних: дис. ... канд. юрид. наук: 05.13.19 Воронеж.
- Венгеров А.Б. (2005). Теория государства и права: Учебник. 2-е изд. М.: ОмегаЛ.
- Головин Ю.А., Орлов А.Н. (2013). Возрастание роли СМИ в обеспечении информационной безопасности // Знание. Понимание. Умение. № 2. С. 147-152.
- Голубчиков С.В., Новиков В.К., Баранова А.В. (2017). Уровни и правовая модель информационной безопасности (защиты информации) // Программные продукты и системы. №2 [режим доступа]: <https://cyberleninka.ru/article/n/urovni-i-pravovaya-model-informatsionnoy-bezopasnosti-zaschity-informatsii> (дата обращения: 14.05.2021).
- Городов О.А. (2008). Информационное право: учебник. М.: Проспект.
- Коврижных Л.А. (2009). О проблеме совершенствования информационного законодательства // Актуальные проблемы российского права. Изд-во МГЮА. № 4 (13). С. 334-341.
- Кубышкин А.В. (2002). Международно-правовые проблемы обеспечения информационной безопасности государства: автореф. дис. канд. юр. наук. Москва.
- Макаров В.Е. (2015). Политические и социальные аспекты информационной безопасности: Монография. Изд.: Scientific magazine «Kontsep».
- Манойло А.В. (2019). «Фейковые новости» как угроза национальной безопасности и инструмент информационного управления // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. № 2 (Март-Апрель 2019). С. 37-45.
- Муравьева Е.С. (2020). Некоторые проблемы обеспечения информационной безопасности на международном уровне // Вопросы российской юстиции. №7 [режим доступа]: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-problemy-obespecheniya-informatsionnoy-bezopasnosti-na-mezhdunarodnom-urovne> (дата обращения: 14.05.2021).
- Рассолов И.М. (2011). Информационное право: учебник. М.: Издательство Юрайт.
- Hughes J. (2003). The Internet and the Persistence of Law. Boston College Law Review. Vol. 44, Issue 2 [access]: <https://lawdigitalcommons.bc.edu/bclr/vol44/iss2/4>.
- Johnson D.R., Post D. (2001). Law and Borders – The Rise of Law in Cyberspace. In: Peter Ludlaw (ed.), Crypto Anarchy, Cyberstates, and Pirate Utopias. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.
- Lessig L. (1999). Code And Other Laws Of Cyberspace. NY: Basic Books.
- Makinda S. (1998). Sovereignty and Global Security, Security Dialogue. Sage Publications. Vol. 29(3) 29: 281-292.
- Williams P., ed. (2008). Security Studies: An Introduction. Routledge, UK [access mode]: https://www.academia.edu/25723482/Paul_D_Williams_Security_Studies_An_Introduction.pdf.

■ ■ ■ Regulatory Legal Aspects of State and Municipal Governance in the Sphere of Information and Psychological Security of Citizens

Nechaeva I.I.¹, Shevchenko A.N.²

1. Vladimir State University, Vladimir, Russia.

2. Vladimir branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Vladimir, Russia.

Abstract. The modern information environment is a complex social structure. The information that surrounds us every second can have both a fruitful influence, potentially leading to the development of the individual and society, and a negative one, which is aimed at the destruction of systems and humans. In modern society with its rapidly growing technical capabilities, volumes of produced and consumed information, the risks of information impact extend both to technical aspects of security and psychological and ideological ones. In this regard, the task of countering information threats at all levels is becoming a qualitatively new and important task. Russian legislation pays attention to all key areas of information security of society, but does not separate this concept by spheres of influence, examining the issue comprehensively. In the presented article, attention is paid to the analysis of the regulatory framework in terms of establishing the foundations of federal policy in the field of state development and in the field of preventing destabilizing information activity from the standpoint of external psychological information impact.

Keywords: state and municipal administration, legal foundations of information security, information security, information impact, government policy, information threats, threats to information security, information and psychological security

For citation: Nechaeva I.I., Shevchenko A.N. (2021). Regulatory Legal Aspects of State and Municipal Governance in the Sphere of Information and Psychological Security of Citizens. *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 2. P. 143-155. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-143-155.

Information about the authors: Nechaeva Irina Igorevna – Cand. Sc. (Soc.), associate professor at the Department of sociology, Vladimir State University; Shevchenko Aleksandr Nikolaevich – postgraduate student at the Department of Public Relations and media policy, Vladimir branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. Address: 600000, Russian Federation, Vladimir, Gorkogo, 87. E-mail: nechaevaii@list.ru; demiurg_08@mail.ru

Received: 16.05.2021. *Accepted:* 07.06.2021.

References

- Arkhipov V.V., Naumov V.B., Pchelintsev G.A., Chirko Ya.A. (2016). Open concept of regulation of the Internet of things. *Information law*. No. 2. P. 18-25 (In Rus.).
- Budanov S.A. (2006). Legal support of information security of minors: dissert. Cand. jurid. sciences. Voronezh (In Rus.).

- Golovin Yu.A., Orlov A.N. (2013). The increasing role of the media in ensuring information security. *Knowledge. Understanding. Skills*. No. 2. P. 147-152 (In Rus.).
- Golubchikov S.V., Novikov V.K., Baranova A.V. (2017). Levels and legal model of information security (information protection). *Software products and systems*. No. 2 [access mode]: <https://cyberleninka.ru/article/n/urovni-i-pravovaya-model-informatsionnoy-bezopasnosti-zaschity-informatsii> (In Rus.).
- Gorodov O.A. (2008). Information law: textbook. Moscow: Prospect (In Rus.).
- Hughes J. (2003). The Internet and the Persistence of Law. *Boston College Law Review*. Vol. 44, Issue 2 [access]: <https://lawdigitalcommons.bc.edu/bclr/vol44/iss2/4>.
- Johnson D.R., Post D. (2001). Law and Borders – The Rise of Law in Cyberspace. In: Peter Ludlaw (ed.), *Crypto Anarchy, Cyberstates, and Pirate Utopias*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.
- Kovrizhnykh L.A. (2009). On the problem of improving information legislation. *Actual problems of Russian law*. No. 4 (13). P. 334-341 (In Rus.).
- Kubyshkin A. V. International legal problems of ensuring the information security of the state. Dissert. thesis Cand. jurid. sciences. Moscow.
- Lessig L. (1999). *Code And Other Laws Of Cyberspace*. NY: Basic Books.
- Makarov V.E. (2015). Political and social aspects of information security. *Scientific magazine Kontsep*.
- Makinda S. (1998). *Sovereignty and Global Security*, *Security Dialogue*. Sage Publications. Vol. 29(3) 29: 281-292.
- Manoilov A.V. (2019). «Fake news» as a threat to national security and an information management tool. *Bulletin of Moscow University. Series 12: Political Sciences*. No. 2 (March-April 2019). P. 37-45 (In Rus.).
- Muravyova E.S. (2020). Some problems of ensuring information security at the international level. *Issues of Russian Justice*. No. 7 [access mode]: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-problemy-obespecheniya-informatsionnoy-bezopasnosti-na-mezhdunarodnom-urovne> (In Rus.).
- Rassolov I.M. (2011). *Information law*. M.: Yurayt Publishing House (In Rus.).
- Vengerov A.B. (2005). *Theory of State and Law*. 2nd ed. M.: OmegaL (In Rus.).
- Williams P., ed. (2008). *Security Studies: An Introduction*. Routledge, UK [access mode]: https://www.academia.edu/25723482/Paul_D_Williams_Security_Studies_An_Introduction.pdf.

■ ■ ■ Жизнь в формате онлайн: версия московских старшеклассников и студентов

Шарков Ф.И.¹, Потапчук В.А.²

1. Московский Государственный Институт Международных Отношений (МГИМО МИД России), Москва, Российская Федерация.

2. Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова (МГУ), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Авторы рассматривают вопросы отношения учащейся молодежи к мерам Правительства Москвы по борьбе с COVID-19 на пике пандемии, раскрывают изменения в социальных ценностях, нравственных и коммуникативных приоритетах в условиях массовых ограничений, когда и учёба, и работа, и досуг, и человеческие контакты москвичей, а точнее вся жизнь плавно перетекают в онлайн формат. Все оказываются в новой реальности, когда усталость наступает не от избытка коммуникации, а от избытка её фиктивных квази-форм, а точнее её реального отсутствия. Появляется новый тип медиапространства, своего рода метамедиапространство, перекрывающее все медийные коммуникации доковидного мира, не оставляющее места для публичных, групповых и персональных связей в привычном виде.

Ключевые слова: Covid-19, московские школьники и студенты, квази-обучение, квази-коммуникация, медиаконтакты, медиапространство, социальные ценности, динамика общественного мнения, переоценка ценностей, новая реальность

Для цитирования: Шарков Ф.И., Потапчук В.А. Жизнь в формате онлайн: версия московских старшеклассников и студентов // Коммуникология. 2021. Том 9. № 2. С. 156-168. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-156-168.

Сведения об авторах: Шарков Феликс Изосимович – доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры социологии МГИМО, заведующий кафедрой общественных связей и медиаполитики Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, заслуженный деятель науки Российской Федерации; Потапчук Владимир Адамович – кандидат философских наук, доцент МГУ. Адрес: 119454, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 76. E-mail: sharkov_felix@mail.ru; vlvla@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 25.05.2021. *Принята к печати:* 14.06.2021.

Москва оказалась в эпицентре новостей не только российских, но и мировых медиа, освещающих проблему COVID-19. В обычной прессе всё внимание было сосредоточено на группах риска – людях старше 60 лет, врачах, социальных работниках, педагогах; старшие школьники и студенты, для которых пандемия оказалась не меньшей проблемой в связи с подготовкой к поступлению или началом обучения в высших учебных заведениях, оказались вне пристального внимания медиа. Мы попытались закрыть этот пробел исследованием ситуации, свя-

занной с московскими школьниками и студентами, и рассмотреть актуальные вопросы их отношения к проблеме COVID-19, к предпринимаемым московскими властями мерам борьбы с коронавирусной инфекцией, к ограничениям в деятельности организаций и предприятий, учебных заведений и учреждений культуры, к самоизоляции, масочно-перчаточному режиму, переходу на «удалёнку» и онлайн-обучение, отмене авиасообщения, закрытию стран и т.д.

Статистика по коронавирусу в Москве. Москва стала лидером как по заболеваемости COVID-19, так и по количеству выздоровевших в стране. Пик прироста заболевших за сутки в Москве в первую волну пришелся на 7 мая 2020 года — 6703 человека. После этого количество выявляемых случаев пошло на спад и уже к середине месяца оно не поднималось выше 5 тыс. 15 сентября число выявленных заболевших в столице за сутки впервые с 30 июня превысило 700 человек. 27 сентября больше 2 тыс. заболевших за сутки. 6 октября количество новых заболевших за сутки перевалило за 4 тыс. человек. 24 декабря 2020 года был зафиксирован новый антирекорд — 8203 заболевших за сутки (рисунок 1).

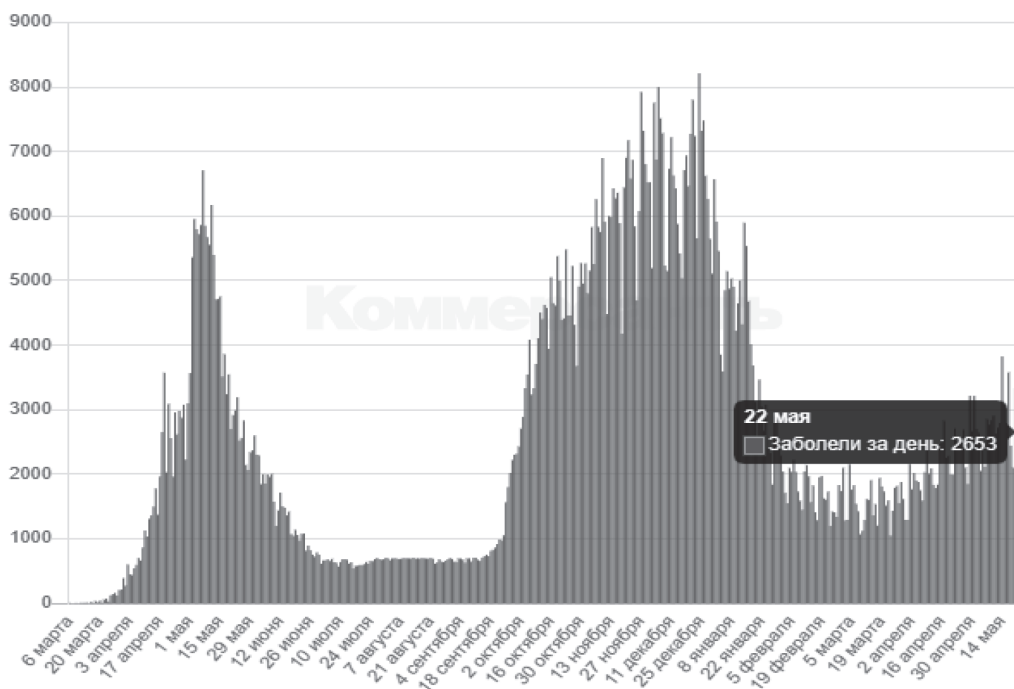


Рисунок 1. Диаграмма по числу заболевших COVID-19 в Москве на 22.05.2021¹ / Chart on the number of cases of COVID-19 in Moscow as of 05/22/2021

¹ Последние данные по коронавирусу в России и мире // Коммерсант: <https://www.kommersant.ru/gallery/4314405#id1909214> (дата обращения: 23.05.2021).

На сегодняшний день, на момент подачи статьи в редакцию, началась третья волна пандемии, что хорошо видно на диаграмме. Москва по-прежнему лидирует и по числу зараженных, и по числу выздоровевших от COVID-19 в РФ. Меры, предпринимаемые властями, поистине беспрецедентны. Как они воспринимаются отдельными категориями жителей города (в частности, студентами, учителями, старшеклассниками и их родителями), какова динамика общественного мнения, каков ресурс доверия властям со стороны молодёжи и степень поддержки их деятельности в этой сложной ситуации? Ответить на все эти вопросы нам помогло социологическое исследование. Исследование проводилось на пике второго, зимнего витка пандемии, с декабря 2020 по январь 2021, в опросе приняли участие 1062 респондента. В анкете нашли отражение концептуальные исследовательские установки, ставящие целью раскрыть основной спектр мнений на ведущуюся властями г. Москвы работу в сложившейся эпидемиологической ситуации. Метод исследования: онлайн опрос (Google Docs). Тип выборки: само-отбор (self-selection sampling) – участие в опросе респондентов по собственной инициативе.

Результаты опроса

1. *Отношение к пандемии* – фундаментальный вопрос [Black]. Верим мы в неё, понимаем опасность, является ли COVID-19 реальной угрозой для жизни и здоровья? Скажем откровенно, глобальное информационное пространство заполнено всевозможными идеями относительно пандемии: от всемирного заговора фармацевтических корпораций до перезагрузки мировой экономики. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) выпустила по этому поводу специальное разъяснение под рубрикой «Мифы и ложные представления» [Myths and misconceptions], а исследование массовой дезинформации в отношении коронавируса раскрыло социальные истоки мифотворчества [Brennen, Simon, Howard, Nielsen]. Авторитетные источники сообщают, что вирус реально существует и, как и всякий вирус, опасен для здоровья. Поэтому всеобщее соблюдение санитарно-гигиенических норм, укрепление иммунитета, здоровый образ жизни, разумное ограничение контактов – лучшая стратегия в предотвращении распространения заболеваемости, которая на сегодняшний день затронула свыше 163 миллионов жителей планеты (4949573 в России, 1140670 в Москве по данным на 15.05.2021¹). Правда, существуют и так называемые COVID-диссиденты – группы людей, которые либо не верят в существование нового вируса, либо полагают, что проблема на самом деле раздута политиками и СМИ².

¹ Оперативные данные по распространению коронавируса. Статистика, 2021 // Стопкоронавирус.рф: <https://стопкоронавирус.рф> (дата обращения 23.05.2021).

² Савова Анна (2020). Это всё заговор: кто такие ковид-диссиденты, и почему они не верят в коронавирус//: <https://peterburg2.ru/articles/kovidioty-koviddissidenty-pochemu-lyudi-ne-veryat-v-sushhestvovanie-koronavirusa-70829.html> (дата обращений 11.05.2021).

По данным исследования подавляющее большинство ответивших на вопросы анкеты считает угрозу пандемии реальной (76,5 – 83,3%). Большинство опрошенных – 76,9% студентов, 74,2% московских старшеклассников и 80,9% родителей убеждены, что вирус опасен для москвичей. Данные опроса свидетельствуют о существенной степени осведомлённости и осознания опасности для здоровья коронавирусной инфекции. Тем не менее, 10,6% полагают, что никакой опасности нет, а ещё 12,9% просто затрудняются ответить, поскольку не определили своей позиции в отношении COVID-19.

2. *Оценка эффективности вводимых мер* не столь однозначна. Только 35,6% студентов, 42,2% старшеклассников и 55,4% родителей старшеклассников считают эти меры эффективными. В целом положительно их эффективность оценивают только 44,5% ответивших, 21,1% затрудняются ответить, а 34,4% полагают их малоэффективными. И это при том, что Москва стала третьей в мире по эффективности политики при COVID-19, после Сеула и Шанхая, возглавивших рейтинг мировых мегаполисов, наиболее эффективно справившихся с кризисом из-за пандемии. Надо сказать, что в азиатских городах уровень заболеваемости COVID-19 был ниже, чем в российской столице, а пик эпидемии был пройден на один-два месяца раньше. В топ-5 вошли также Сингапур и Стокгольм. В исследовании «Мировые города: эффективность мер экономической политики в период коронакризиса» эксперты ВШЭ проанализировали, как справлялись с пандемией, карантин и их последствиями власти 15 крупнейших мегаполисов мира, в том числе Москвы и Санкт-Петербурга. Рейтинг составлялся по трем основным показателям: ситуация на рынке труда (вес в общем рейтинге 40%), восстановление экономической активности после карантинных ограничений (30%) и степень готовности цифровой инфраструктуры города (30%). Таким образом, в итоговом рейтинге эффективности экономической политики Москва заняла третье место (64 балла), уступив только Сеулу (75 баллов) и Шанхаю (68 баллов). Санкт-Петербург занял седьмое место (55 баллов). Худшие показатели у Лондона (39 баллов), Берлина (38 баллов) и Монреаля (27 баллов). «Достаточно высокие показатели Москвы связаны со сбалансированной политикой поддержки экономики городскими властями, а также с диверсифицированной и устойчивой структурой экономики», – считает директор Центра экономической экспертизы ВШЭ Марсель Салихов¹.

3. *Отношение к вакцинации от COVID-19:* «В бюджете на 2021 год заложены средства на бесплатную вакцинацию от COVID-19. Сделаете ли Вы прививку?» На этот вопрос ответы были несколько неожиданными. Только 10,6% студентов и 26,1% старшеклассников ответили положительно. Нет, кстати, особого желания прививаться ни у родителей старшеклассников, ни даже у учителей. И это осо-

¹ Салихов Марсель (2020). Москва стала третьей в мире по эффективности экономической политики при COVID-19// Коммерсант, 07.09.2020: <https://www.kommersant.ru/doc/4482800> (дата обращения 11.05.2021).

бенно удивляет на фоне рекомендаций самих респондентов по борьбе с коронавирусом. Среди ответов на открытые вопросы наиболее убедительными оказались следующие: «Самым эффективным средством может служить массовая вакцинация», «Эффективная вакцинация»; «Как остановить коронавирус? Вакцинировать большую часть населения, соблюдать меры предосторожности (маски, перчатки, дистанция, антисептики и др.), ввести вакцинацию также от пневмонии и гриппа» и т.д. С чем связана такая противоречивость?

Надо откровенно заметить, что процесс массовой вакцинации на момент опроса только был объявлен. Не все респонденты смогли однозначно сформулировать для себя позицию относительно вакцинации от COVID-19. Как любое новое явление, способное оказывать влияние на здоровье, только что созданная вакцина, вполне оправданно вызывает опасения у населения. В основном только специалистам понятна степень её эффективности и безопасности. Большинству опрошенных доступны только экспериментальные данные клинических испытаний из прессы и различных СМИ. Очевидно, в силу именно этих причин большинство ответило, что не планирует прививаться, а примерно четверть опрошенных затруднились с ответом.

На наш взгляд властям и организациям, занимающимся освещением результатов начавшейся вакцинации работников из сферы повышенного риска следует более доверительно и открыто разъяснять преимущества и возможные побочные эффекты российской вакцины (кстати сказать первой зарегистрированной в мире), привлекая к открытому диалогу научное медицинское сообщество и тех, кто уже прошёл вакцинацию, а представителям власти самим показать пример вакцинации. Несомненно, это вызовет положительный резонанс и изменит отношение к проблеме общественного мнения, потому что, как заметил один из респондентов, «единственным эффективным способом против ковида будет работающая прививка. Пока что не очень понятно, насколько российская вакцина работает, поэтому остаётся только ждать. Но кроме вакцины действенных способов победить пандемию нет».

4. Отношение к онлайн-обучению. Среди актуальных вопросов самоизоляции и борьбы с пандемией особый интерес представляет отношение к переводу обучения в онлайн формат. С необходимостью перехода на онлайн обучение в связи с эпидемиологической обстановкой согласны 76,2% студентов, 64,8% старшеклассников, около 60% взрослых. Хотя 17,4% студентов, 28,1% старшеклассников и свыше 22% родителей однозначно не устраивает формат онлайн обучения. Выбор большинством опрошенных варианта «да» на вопрос «Согласны ли Вы с переводом обучения в онлайн формат?», понятен. Режим онлайн обучения сильно ограничивает количество контактов обучающихся, тем самым усложняя распространение вируса. А вот удачным формат онлайн обучения считают далеко не все.

Только 34,7% школьников и 45,5% студентов считают удачным формат онлайн-обучения; 54,3% старшеклассников и 41,7% студентов считают его неудачным. Надо сказать, что 65,2% родителей и большинство учителей, отвечая на вопрос

о качестве онлайн-обучения тоже разделяет это мнение. На наш взгляд, полученные результаты ответов на вопрос закономерны. Большинству школьников и студентов нравится общение со сверстниками; они понимают, что эффективность и качество обучения в очной форме выше. Родителям также важно, чтобы их дети общались в компании друзей, получали новые знания не только от учителей через монитор, но и посредством полноценного человеческого общения, а также обмениваясь чем-то новым, интересным друг с другом. Такое полноценное общение обогащает. Тем не менее, в ответах скрывается и проблема самих образовательных технологий, степени их разработанности для целей школьного и вузовского образования, способности замещения реального присутствия педагога в аудитории его квази-присутствием. Об этом убедительно свидетельствуют ответы старшеклассников (таблица 1).

Таблица 1. Независимо от пандемии, если в школе будет возможность выбора формата обучения, выберете ли Вы онлайн-формат? / Regardless of the pandemic, if the school has a choice of teaching format, will you choose the online?

Да	20,3%
Нет	68,8%
Затрудняюсь ответить	10,9%

Схожие результаты были получены и в исследовании, которое провели специалисты из команды интерактивной рабочей тетради Skysmart, разработанной компанией Skyeng совместно с издательством «Просвещение»: «Большинство школьников (47%) считают, что цифровые инструменты не смогут полностью заменить учителя; 39% опрошенных ответили, что после существенных доработок различные платформы и сервисы смогут без участия педагога обеспечить образование на достойном уровне», – говорится в материалах. При этом только 8% учеников выразили уверенность, что цифровые инструменты могут заменить учителя уже сегодня. Затруднились с ответом 6% школьников.

У школьников также узнали, что должен знать и уметь современный учитель. Так, 84% опрошенных считают, что педагог должен, прежде всего, уметь сделать урок интересным и интерактивным, 78% – находить подход к каждому ученику. Кроме того, 73% опрошенных считают, что учителю важно соблюдать баланс между строгостью и мягкостью в процессе обучения. А 68% респондентов считают, что современному педагогу следует постоянно развиваться и совершенствоваться.

При этом 66% высказались за то, что учитель должен уметь быстро адаптироваться к изменениям. Больше половины школьников – 60% – отмечают, что педагог должен обязательно знать, как работают современные технологии и уметь ими пользоваться. Наименее важными для учителей школьники считают умение убеждать (17%) и управлять своей репутацией в интернете (15%). «Результаты исследования подтверждают тот факт, что какими бы современными ресурсами ни владел учитель, ключ к успешному обучению кроется в умении заинтере-

совать ребят, пробудить в них живой интерес к предмету”, – прокомментировала итоги опроса директор по внешним коммуникациям группы компаний «Просвещение» Кристина Колесникова. Опрос проведен в октябре 2020 года среди 1 200 учеников российских школ во всех округах страны¹.

Пандемия кардинально изменила технологии обучения, как в университетах, так и в школах. Годами отработанные (иногда до совершенства) методики офлайн-обучения срочно пришлось переводить в онлайн. И, как часто бывает, времени на творческую трансформацию явно не хватило. Не то, чтобы переход осуществлялся с переменным успехом. Успеха в период локдауна от весьма методически сложной и часто авральной работы ждать не приходилось. Более-менее успешными оказались программы, которые и до пандемии велись либо в смешанном, либо полностью в онлайн-формате. Студентам в этом смысле повезло больше – задел университетских спикеров, особенно привлечённых ученых-практиков из сферы «живой науки», экспериментальных НИИ и исследовательских лабораторий продемонстрировал достойное качество и возможные границы современного онлайн-образования.

Сложнее всего пришлось первокурсникам, для которых приход в университетские аудитории и так всегда стресс. А в 2020-ом они не только не успели познакомиться друг с другом, ощутить себя частью студенческого сообщества, но и оказались лишены элементарного – полноценного общения и со своей учебной группой, и со своими непосредственными преподавателями. Как мы знаем, ни харизма спикера, ни яркая интеллектуальная эмоция как составляющая коллективного постижения истины через Zoom не передаются. “Разумеется, оба фактора имеют значение, но каждый из них играет свою роль. Личность и экспертность преподавателя, методология обучения – всё это напрямую влияет на эффективность понимания и усвоения материала, скорость формирования навыка. Чем более профессионально выстроен процесс обучения, тем нам будет легче освоить информацию или научиться чему-то новому. Что же касается среды, в которой мы находимся, и ее социальной составляющей, то ее главная роль заключается в мотивации. Культура сообщества может побуждать к развитию, овладению новыми навыками, может поддерживать усилия, направленные на самосовершенствование, обеспечивать благодатную почву для поиска себя и реализации амбиций. В ином же случае, если внешняя среда не поддерживает стремление к развитию, даже самые профессиональные усилия преподавателей будут сведены на нет”² [Хоменко]. Таким образом, у ставших студентами в 2020-ом ни полноценно приобщиться к студенческой семье, ни социализиро-

¹ Колесникова К. (2020). Опрос: 47% российских школьников считают, что цифровые инструменты не заменят учителя // ТАСС 2020, 14 ноября: <https://tass.ru/obshchestvo/10001889> (дата обращения 10.05.2021).

² Хоменко Ирина (2021). Корпоративное обучение: чему и как хотят учиться соискатели, 24 февраля 2021: <https://hh.ru/article/28188?from=empcabine> (дата обращения 10.05.2021).

ваться в новой студенческой общности, ни эффективно включиться в проблемный учебный процесс не удалось.

Полученные результаты ответов на вопрос, на наш взгляд, закономерны. Большинству школьников и студентов нравится общение со сверстниками; они понимают, что эффективность и качество обучения в очной форме выше. Родителям также важно, чтобы их дети общались в компании друзей, получали новые знания не только от учителей через монитор, но и посредством полноценного человеческого общения, а также обмениваясь чем-то новым, интересным друг с другом. Такое полноценное общение обогащает. Тем не менее, в ответах скрывается и проблема самих образовательных технологий, степени их разработанности для целей школьного и вузовского образования, способности замещения реального присутствия педагога в аудитории его квази-присутствием.

5. *Отношение к масочно-перчаточному режиму.* Вопрос о необходимости соблюдения масочно-перчаточного режима в общественных местах, казалось бы мог вызвать неоднозначное отношение респондентов. Тем не менее, молодёжная аудитория с пониманием относится к требованиям общества (таблица 2).

Таблица 2. Считаете ли Вы необходимым масочно-перчаточный режим в общественных местах? / Do you consider it necessary to use a mask and glove regime in public places?

Да	89,8%
Нет	4,9%
Затрудняюсь ответить	5,3%

Мнение всех категорий опрошенных однозначное: подавляющее большинство ответивших (89,8%) считают масочно-перчаточный режим действительно эффективным средством в борьбе с распространением инфекции.

О плюсах и минусах ситуации с COVID-19 после двух этапов самоизоляции на рубеже 2020-2021 и в преддверии третьей весенней волны пандемии открытым текстом сами респонденты (старшеклассники и студенты):

– «Вся эта ситуация, связанная с пандемией, помогла мне многое понять и посмотреть на, казалось бы, обыденные вещи по-иному... Нужно ценить то, что у тебя есть. Ведь в один прекрасный день мир изменится и ты в миг лишишься всего того, что у тебя всегда было: прогулки на свежем воздухе, интересные занятия в университете, поход в кино или театр, общение с друзьями, поездка за город к родственникам и пр. Ведь все эти маленькие радости нашей жизни поистине бесценны!»

– «Раньше мне бы и в голову не пришло, что исчезнет сама возможность быть свободным в выборе времяпрепровождения. И вот этот день настал. Мы теперь общаемся в онлайн, мы не видим друг друга, кроме как в экране мобильного, Скайпе или Zoom. Кажется мы потеряли самое ценное – наслаждение от полноценного общения... Хочу опять в реальность!»

– «Укарантина несомненно есть плюсы: ты не обязан поутру вставать, на ходу завтракать и бежать на занятия. Ты можешь вставать и ложиться во сколько хо-

чешь и делать всё как тебе заблагорассудится. Но есть и очевидные минусы: скука, отсутствие всякого режима, домашние задания делаю быстро и не знаю куда себя деть. Терпеть это невыносимо...»

– «Дистанционно готовиться к экзаменам архисложно. Из-за того, что нервничаю, постоянно перебедаю. Скучаю без друзей и жду окончания ограничений. Но есть и плюсы: здоровый сон по 8-10 часов, чтение книг сверх программы, любимые сериалы, а еще онлайн-тренинги от известных гуру коммуникации...»

– «Тяжело было в самом начале самоизоляции. Я просто не люблю замкнутого пространства... Зато со временем пришло понимание, что любые сложности преодолимы. Ситуацию с коронавирусом изменить одному невозможно, но можно попробовать изменить к ней своё отношение».

– «Ну и что за проблема самоизоляция? Ты же сознательно изолируешься на время коронавирусной инфекции. Моё время насыщено общением. С друзьями в Zoom интересно смотреть кинематографические новинки и вместе обсуждать. Когда я ещё смогу собирать почти целый класс друзей вместе? Самоизоляция – проблема для тех, кто не умеет разумно организовывать своё время. Для кого оно не является ценностью».

– «Попробуйте найти ещё где-нибудь подобную ситуацию для тренировки силы воли».

– «Полагаю, в таких ситуациях надо больше думать о близких и тех, кто тебе особенно дорог. Эпидемия коронавируса научила терпению, сдержанности и доброжелательности, дала осознание роли позитива в нашей жизни...»

Исследование отразило изменения в ценностных ориентациях современной молодёжи, своеобразную переоценку ценностей, культурно-коммуникативных и нравственных приоритетов. К поколению Интернета, мобильных телефонов и всевозможных электронных гаджетов, завсегдатаев социальных сетей и почитателей новых медиа вдруг пришло осознание того, что настоящая ценность не в обладании заветной суперновинкой, а в настоящем человеческом общении. И эта перемена произошла в условиях массовых ограничений. Последнее, как нам представляется, самое неожиданное открытие исследования.

В конце нашего исследования приводим ответы на открытый вопрос **«Что нужно, по вашему мнению, чтобы остановить рост заболеваемости COVID-19?»** Мы разбили предложения респондентов на 3 группы: умеренных, радикальных и безответственных. Итак, самые интересные ответы респондентов на вопрос «Что нужно, по вашему мнению, чтобы остановить рост заболеваемости COVID-19?»:

1) Безответственные: «Ничего. Вирус никуда не денется, нам с ним жить, как и с разными формами гриппа и иными вирусными заболеваниями».

2) Умеренные:

– «Придерживаться превентивных мер. Носить маски, перчатки не для галочки, чтоб потом открыть нос. Более ответственное отношение граждан».

– «Соблюдение масочно-перчаточного режима в общественных местах, ПЦР, контроль каждые 3 недели работающего на местах персонала, снятие ограни-

чений на проезд школьников, студентов и пожилых людей так как эта мера безответственна».

– «Пересидеть какой-то период с помощью от государства, либо же строго следить за ношением масок и перчаток в общественных местах, а также строго относиться к тем, кто болеет в «лёгкой форме».

– «Выходить из дома только по делу. А если встретиться с друзьями, то только на свежем воздухе, дома или в местах, где нет скопления людей»

3) Радикальные:

– «Закрыть все ночные клубы и рестораны».

– «Контроль за соблюдением мер, высокие штрафы за неисполнение и финансовая поддержка предпринимателей».

– «Полный локдаун с адекватной государственной выплатой населению».

– «Жёсткий карантин, введение режима ЧС».

– «Чтобы люди не делали вид, что выполняют меры предосторожности, а действительно их выполняли. Закрыть всех по домам как в апреле 2020-го».

– «Организовать жесткие меры. Если бы Правительство вынудило население 2 недели сидеть по домам на жесточайшем карантине, вируса уже давно бы не было».

– «Уголовная ответственность за активное ковид-дисидентство. ввести самые жёсткие ограничения на месяц или два».

В группе умеренных мы посчитали целесообразным выделить подгруппу, где в ответах преобладают рассуждения с рекомендациями:

– «Не считаю, что правительство в этом может помочь. Ограничения лишь усугубляют ситуацию. Пока человек сам не поймёт, что от него что-то зависит, ситуация не поменяется и никакие ограничения не помогут. Всегда найдётся тот, кто сделает вопреки».

– «Единственным эффективным способом против ковида будет работающая прививка». Пока что не очень понятно, насколько российская вакцина работает, поэтому остаётся только ждать. Но кроме вакцины действенных способов победить пандемию нет».

– «Вакцинировать большую часть населения, соблюдать меры предосторожности (маски, перчатки, дистанция, антисептики и др.), ввести вакцинацию также от пневмонии и гриппа».

– «Во-первых, носить медицинские маски в общественных местах, менять их регулярно; во-вторых, пройти вакцинацию. В добавление к одному из вопросов: эффективность и оправданность – две разные по смыслу категории. С моей точки зрения, некоторые меры можно назвать оправданными, но не эффективными»

– «Разработать меры адекватной экономической поддержки малого бизнеса и населения».

– «Заинтересованность самих граждан, нужна их полная осведомлённость по вопросам профилактики и лечения».

– «Верить».

– «Позитивное мышление и правильное лечение».

Главными в новой реальности стали слова «коронавирус», «самоограничение», «самоизоляция», «ПЦР-тесты», «вакцинация», «перевод сотрудников и обучающихся в онлайн» и т.д. «В 2020 году мы всем миром как будто «провалились в воздушную яму, – пишет Екатерина Рысева, Генеральный директор Ipsos в России. – Те, кому удалось консолидировать усилия, выбраться и продолжить движение, могут гордиться собой и отличной командой на борту. Что мы увидели, когда первый шок от «падения» прошёл, и появилась возможность оценить произошедшее? Кризис «смёл» всё неважное, чем «обрастают» люди или бизнесы, когда замедляют движение и расслабляются в стабильные времена. Вынужденные ограничения из-за пандемии вернули потребительские амбиции людей к уровню базовых потребностей – в первую очередь к безопасности и здоровью. Все мы ощутили значимость общения с членами семьи, с друзьями и коллегами. Произошла переоценка смыслов – смысла денег, покупок, отношений, работы, образования и других вещей, многие из которых годами не подвергались пересмотру» [Рысева]. И мы подтвердим сказанное, поскольку основательно погрузиться в проблему и написать эту статью нас действительно подвигли всем известные обстоятельства, но, ультрамотивирующим фактором оказались отзывы на, пожалуй, самую пересылаемую в WhatsApp шутку: «Прошу не прибавлять этот год к моему возрасту. Я им почти не пользовалась!». «Пользовалась – год отличный!», первой нам ответила наша, в прошлом студентка, а сегодня одна из руководителей Генерального секретариата по информационной политике международной неправительственной организации «Ассамблея народов Евразии» Любовь Елкина. В ключе преобладающего позитива и оптимистичных впечатлений от уходящего 2020-го ответили многие, с кем мы были на связи онлайн. Многие похвастались списком личных достижений, многие сказали, что год оказался вполне себе обычным, а кто-то написал, что возможность притормозить позволила перезагрузить программу развития, скорректировать модель поведения, основательно продумать стратегию на перспективу, переосмыслить жизненные ценности. Хотя, как говорят социологи, были и другие варианты... Так вот, мы подумали, что *имеет значение не то, что с нами происходит, а то, как мы воспринимаем складывающиеся обстоятельства, каково наше к ним отношение.* От этого зависит, сколько мы еще можем самоизолироваться, сколько учиться и учить (или работать) в режиме «удаленки», сколько можем ограничивать себя в полноценном общении, не посещать театры, музеи, кино, концерты, спортивные состязания, жить в ограниченном пространстве и оставаться оптимистичными, активными, мотивированными, доброжелательными, заботливыми, профессионально успешными? Но еще важнее, на наш взгляд, насколько сильно подобные обстоятельства влияют на подрастающее поколение, в частности, на старшеклассников и студенческую молодежь, для которых самоизоляция явно не лучшее время для саморазвития и самореализации. Или и здесь мы заблуждаемся? Ведь всем понятно, что в условиях, когда закрываются не отдельные регионы, а целые страны, происходят сложнейшие трансформации не только в сущ-

ностных основах глобальной коммуникации, но и в глобальном человеческом сознании [Pollock, Vakoch]. Глобальное территориальное разделение существенно видоизменяет и глобальные социальные отношения и глобальные медиаконтакты. Появляется новый тип медиапространства, своего рода метамедиапространство, перекрывающее все медийные коммуникации доковидного мира, не оставляющее места для публичных, групповых и персональных связей в привычном нам виде. Наша жизнь перетекает в онлайн формат. Все оказываются в новой реальности. Теперь усталость наступает не от избытка коммуникации, а от избытка её фиктивных квази-форм, а точнее её реального отсутствия.

Выводы

Исследование показало уровень понимания ситуации с коронавирусом у наших юных граждан, раскрыло их позитивный настрой на преодоление трудностей, связанных с организацией обучения в новом для себя онлайн формате, организации быта, досуга и общения, обусловленных известными ограничениями. Их универсальная позиция выразилась в разумной осознанной установке: *если нельзя изменить ситуацию, надо изменить к ней отношение*.

Подавляющее большинство респондентов поддерживает меры властей по борьбе с COVID-19, считает их в данной ситуации оправданными, хотя и не вполне эффективными. Тем не менее в целом наша молодёжная аудитория в подавляющем большинстве заявляет серьёзный ресурс терпения (ожидания изменения ситуации).

Для многих экстраординарная ситуация с COVID-19 оказалась временем активного социального взросления, переосмысления известных истин, переоценки ценностей, а кто-то написал, что самоизоляция и самоограничения позволили перезагрузить программу развития, скорректировать модель поведения, основательно продумать стратегию на перспективу.

Резюмировать хочется самым главным позитивным выводом: ситуация с COVID-19 продемонстрировала социальную зрелость общества, его сплоченность, и способность к самоорганизации и самоограничениям в условиях всеобщей угрозы жизни и здоровью, и как самое важное, очень хотелось бы, чтобы к лучшему изменила наше отношение к подрастающему поколению – оно наше лучшее будущее.

Источники

Black D. (2020). Sociology of Pandemic. Mountaineer Sociology: <http://socialgeometer.com/index.php/2020/03/16/sociology-of-pandemic/>.

Brennen S., Simon F.M., Howard P., Nielsen R. (2020). Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation. Reuters Institute for the Study of Journalism: Oxford, UK [el. source]: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation>.

Pollock J., Vakoch D. (2021). COVID-19 in International Media. Global Pandemic Perspectives [access mode]: <https://www.routledge.com/COVID-19-in-International-Media-Global-Pandemic-Perspectives/Pollock-Vakoch/p/book/9781032020662>.

Мифы и ложные представления. Бюллетень Всемирной организации здравоохранения [access mode]: <https://www.who.int/ru/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>.

■ ■ ■ The Online Life: the version of Moscow students

Sharkov F.I., Potapchuk V.A.

1. Moscow State Institute of International Relations (MGIMO MFA of Russia), Moscow, Russia..
2. Lomonosov Moscow State University (MSU), Moscow, Russia.

Abstract. The authors consider the issues of the attitude of students to the measures of the Moscow Government against the COVID-19 at the peak of the pandemic, reveal changes in social values, moral and communicative priorities in conditions of mass restrictions when study, work, leisure, and human contacts of Muscovites, or rather when all the life has smoothly flown online. Hence, everyone found himself in a new reality, when fatigue comes not from an excess of communication, but from an excess of its fictitious quasi-forms, or the absence of communication in real. A new type of media space is emerging, a kind of metamedia space that overlaps all media communications of the dock-like world, leaving no room for public, group and personal connections in usual form.

Keywords: attitudes towards Covid-19, Moscow students, quasi-learning, quasi-communication, online life, media contacts, media space, social values, new reality

For citation: Sharkov F.I., Potapchuk V.A. (2021). The Online Life: the version of Moscow students. *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 2. P. 156-168. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-156-168.

Inf. about the authors: Sharkov Felix Izosimovich – D.Sc. (Soc.), Professor, professor at the chair of sociology, MGIMO, head of the Department of public relations and media policy, Russian presidential academy of national economy and public administration, Honored scientist of Russian Federation; Potapchuk Vladimir Adamovich – Cand. Sc. (Philos.), associate professor, MSU. *Address:* 119454, Russia, Moscow, Vernadsky ave, 76. *E-mail:* sharkov_felix@mail.ru; vlvla@mail.ru.

Received: 25.05.2021. *Accepted:* 14.06.2021.

References

- Black D. (2020). Sociology of Pandemic. Mountaineer Sociology: <http://socialgeometer.com/index.php/2020/03/16/sociology-of-pandemic/>.
- Brennen S., Simon F.M., Howard P., Nielsen R. (2020). Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation. Reuters Institute for the Study of Journalism: Oxford, UK [el. source]: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation>.
- Pollock J., Vakoch D. (2021). COVID-19 in International Media. Global Pandemic Perspectives [access mode]: <https://www.routledge.com/COVID-19-in-International-Media-Global-Pandemic-Perspectives/Pollock-Vakoch/p/book/9781032020662>.
- Myths and misconceptions. In: Bulletin of the World Health Organization [access mode]: <https://www.who.int/ru/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>.

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ, ИСКУССТВА

THEORY AND HISTORY OF CULTURE

■ ■ ■ Концепция создания визуального контента для продвижения в медиапространстве (на примере культурно-событийного туризма)

Сосновская К-М.А.

ООО «Медиа-Объединение Потенциал», Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Конкурентоспособный, привлекательный и даже уникальный проект или продукт, без его широкого представления в информационном пространстве, не получит должной реализации и отклика. Без эффективного продвижения в масс-медиа, и это касается практически любой сферы от экономики до культуры, процесс создания будет незавершенным и неполным. Создание визуального произведения требует глубокого понимания различных коммуникативных процессов: законов коммуникации, понимании основ зрительского восприятия, когнитивных принципов, а также основ драматургии и Public Realisations. В основу статьи легли осмысления теоретических знаний и научных источников по данной тематике, а так же практический многолетний опыт автора исследования, по созданию визуальных произведений разных жанров, стилей и направленности.

Материал исследования «Концепции создания визуального медиа-контента» приводится на примере сферы культурно-событийного туризма, однако области его применения существенно шире. Данная концепция может быть использована для подготовки визуальных произведений и их дальнейшего продвижения в медиа-пространстве практически в любой области: экономика, социум, культура, экология и т.д., а также содержит методическую составляющую для обучения студентов профильных направлений.

Ключевые слова: медиапространство, визуальный контент, культурно-событийный туризм, развитие территорий, брэндинг, концепция продвижения

Для цитирования: Сосновская К-М.А. Концепция создания визуального контента для продвижения в медиапространстве (на примере культурно-событийного туризма) // Коммуникология. 2021. Том 9. № 2. С. 170-184. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-170-184.

Сведения об авторе: Сосновская Ксения-Маргарита Александровна, генеральный продюсер ООО «Медиа-Объединение Потенциал», член Союза журналистов России, аспирант Кафедры общественных связей и медиаполитики Российской академии народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ. Адрес: 107061, Россия, г. Москва, ул. Большая Черкизовская, 1/1. E-mail: margotvpresenter@gmail.com.

Статья поступила в редакцию: 21.02.2021. *Принята к печати:* 02.06.2021.

Развитие внутреннего туризма России, является одним из приоритетных направлений, не только с точки зрения народного хозяйства и экономики, но и социокультурной политики государства. Данная отрасль затрагивает интересы множества институтов на разных уровнях: муниципальном, региональном, федеральном, и разных сфер: бизнеса и творческих и общественных сообществ, частные инициативы.

Пандемия, закрытые границ, «локдаун» внесли коррективы в сферу туризма глобального и регионального. Одним из самых больших и заметных изменений, стало увеличение внутреннего туристического потока, влекущее за собой повышение интереса и внимания к выбору мест отдыха и досуга.

Отметим, что процесс формирования и развития внутренних туристических брендов территорий, начался в нашей стране уже несколько лет назад. Где-то это происходит более успешно, где-то менее. Там, где есть достопримечательности мирового уровня, например, из «списка Юнеско» (Хероснес Таврический, Ансамбль Феропонтова Монастыря, Кижский погост и другие) или обладающими уникальными природными свойствами (Алтай, Карелия, Маньпупунер) процесс формирования бренда территории идет быстрее и проще. Огромные просторы нашей страны, включают в себя территории, отличающиеся не только географическим положением, но множеством иных показателей, например, одним из критериев можно выделить проведения на территории массовых событий культурного туризма (например, местных праздников). Как отмечено исследователями этой области, событийный туризм является отличным драйвером развития туристических потоков для территорий, не имеющих масштабных широко известных природных или иных достопримечательностей. Анализ современной ситуации демонстрирует, что все больше регионов начинают уделять событийному туризму более значимую роль, опираясь на знания маркетинга и пиара.

Рассматривая опыт регионов, определяешь, как правило, один и тот же рисунок продвижения: создание логотипа, слогана, бренд-бука и прочих внешних атрибутов из арсенала инструментов брендинга и маркетинга. Безусловно, это необходимые шаги, но, как отмечают эксперты, ссылаясь на данные статистики, таких действий недостаточно, что бы привлечь новых туристов и обеспечить их дальнейший регулярный приток. К сожалению, сегодня мы не видим единой информационной политики в сфере продвижения туристических брендов и продуктов.

М.В. Соколова в книге «История туризма», пишет «На этапе становления советского государства руководство страны развитию туризма и популяризации его среди населения, отводило весьма значимую роль» [Соколова] и указывает на «проведение широкомасштабной агитационно-пропагандисткой кампании среди молодежи, трудящихся, других категорий граждан» (там же). К распространяемой агитационным материалам относились не только листовки, карты и описание маршрутов, но так же и «литературно-художественные произведения туристского характера (романы, повести, рассказы, стихотворения и т.п.)» – то, чего на современном этапе практически не уделяется внимания. Даже в научной литературе данной тематики, как мировой так и отечественной, то и там развитие туризма исследуется и рассматривается, практически исключительно, с точки зрения маркетинга и брендинга (Гетс Д., Анхольт С., Гуляев В.Г., Зорин И.В., Квартальнов В.А., Рожков И.Я.).

Роль информации и информационного поля в развитии туризма отмечают многие исследователи, однако, большинство из них ограничивается формаль-

ными внешними характеристиками. Например, исследователь Малахова в книге «Инновации в туризме и сервисе» пишет: «Для того что бы стать максимально эффективным средством производства туристического продукта, информационное поле должно отвечать ряду требований: быть максимально мобильным и оперативно реагентным; быть надежным и исключаяющим возможные помехи в коммуникациях; отличаться широтой охвата; быть доступным для максимального количества пользователей» [Малахова]. Определенно, все перечисленные пункты важны, однако, на наш взгляд недостаточны, для конкурентного преимущества, востребованности и широкой популяризации туристических единиц. Без яркого, запоминающегося и привлекающего внимания контента- информационное сообщение растворится в потоке информации, получаемой потенциальным туристом.

Знакомясь с трудами на тему развития туризма, брендинга территорий, мы заметили, тот факт, что исследователи крайне редко обращаются к ресурсам научного знания таких дисциплин как, например, журналистика или драматургия, между тем, теоретический базис данных дисциплин можно использовать как в научно-исследовательских, так и практических целях, при создании и продвижении брендов, дестинации, кластеров и других туристических продуктов. Междисциплинарный подход лег в основу методологии данного исследования.

Новизна данной темы подтверждается тем, что после мониторинга отечественной учебной и научной литературы по теме развития территорий и туризма, материалов научных конференций и круглых столов, а так же публикаций в рецензируемых периодических изданиях, очевидно, что проблематика, касающаяся использования визуального потенциала масс-медиа для продвижения культурно-событийного туризма, до сих пор не нашла должного отражения в трудах современных исследователей. Поэтому предложенная «Концепция создания визуального контента для продвижения в медиа-пространстве, на примере культурно-событийного туризма» является не только авторской, но и новаторской разработкой.

К вопросу о популяризации культурно-событийного туризма

Некоторые исследователи считают событийный туризм молодым видом и относят его зарождение к 80-м годам прошлого века. Другие прослеживают его историю с более ранних времен, находя прямые аналогии и параллели, с событиями описанными в источниках, насчитывающих не одну сотню лет (например, паломничества, ярмарки, карнавалы и уличные представления). Исследованиям проблематики событийного туризма посвятили свои работы многие отечественные и прежде всего зарубежные авторы: О.В. Алексеева, Д. Беливо, А. Вил, Дж. Д. Гетц, Г.П. Долженко, Е.А. Лакомов, Р. Линч, И.Ю. Соломина, Т.В. Фролова и А.В. Шмыткова. О его достоинствах и преимуществах не только для развития экономики, написано множество трудов и исследований, предложено немало путей развития, стратегий и концепций. От развития экономики впечат-

лений (Колодий Н.А) до легендирования территории (Ширинкин П.С) – вот лишь некоторые из них.

Понимая и принимая необходимость развития внутреннего событийного туризма, как данность, авторы этого исследования, задались вопросом о том, как это сделать. Пытаясь ответить на него, мы решили выйти за рамки привычных научных дисциплин (экономики, социологии, государственно-муниципального управления), которые занимаются исследованием этой проблематики и понятия, и предлагаем перенести фокус внимания на культурологию, журналистику, эстетику, драматургию и другие, на первый взгляд, неочевидные дисциплины. Сделаем предположение, что симбиоз знаний и накопленный практический опыт, данных научных дисциплин, может способствовать популяризации событийного туризма.

Очевидно, что сегодня, говоря о путях продвижения и популяризации любого понятия, в первую очередь, имеют ввиду почти безграничные возможности глобальной сети интернет или медиа-пространства. Медиа-пространство объединяет континенты, разрушая границы регионов, стран, размывая межнациональные, социальные, культурные различия. Теоретическое ядро исследований в области масс-медиа для этой статьи составляют М. Кастельса (Власть коммуникации), Н. Лумана (Медиа коммуникации), эти исследования, безусловно, глобальные и по масштабу личностей автора, и по своему содержанию. Наше исследование, ставит цели куда меньшего масштаба, но несущих более практическое локальное применение, для развития туристической отрасли народного хозяйства РФ.

Создание качественного визуального контента, в современное время является необходимым требованием, для продвижения и пиара. «Актуализация проблематики культурной политики в контексте новых задач, которые предстоит решить российским регионам, дополняется ориентацией на практическую составляющую – результаты должны стать реально заметными для населения страны, включённой в поток социокультурных изменений» [Астафьева].

Под термином аудио-визуальный контент (или визуальный контент) мы имеем ввиду, произведение – снятое или созданное по заранее написанному сценарию, обладающие драматургическими свойствами (сюжет, композиция, единство частей целого), различающееся по формату, жанру, продолжительности, способам трансляции.

Поэтапная технология создания визуального контента

Приступая к разработке аудио-визуального контента, необходимо дать четкий ответ на два вопроса – «Какую цель он должен достигнуть?» и «На какую аудиторию он будет рассчитан?». Пока однозначного ответа на каждый вопрос не будет получено, все дальнейшие действия будут не эффективны, если не ущербны. «Любое сообщение в СМИ состоит из комплекса визуальных и/или звуковых символов. Реципиент расшифровывает эти сигналы в формулах, имеющих для него смысл. Восприятие преломляется через прошлый опыт, мышление, чув-

ства, эмоции, умонастроение реципиента. Следовательно, на одну и ту же совокупность символов разные люди реагируют по-разному» [Шарков, Силкин].

Определение адресата

От того насколько точно и верно определена целевая аудитория, для которой создается визуальный контент, будет зависеть результат его восприятия и дальнейшего воздействия. Данная корреляция чрезвычайно проста, чем точнее представление о потенциальном зрителе, тем выше шанс донести до него посыл вашего сообщения и подвигнуть на желаемые действия. «Это видео направлено на посетителей мероприятия»- распространённый, не несущий никакой необходимой информации, ответ организаторов, которые выступают заказчиками видео.

Очевидно, что гостями разных мероприятий, проходящих на одной территории, могут являться порой диаметрально противоположные, по своим характеристикам жители. Фестиваль поэзии или реконструкция рыцарского турнира, день пирога или праздник хмеля – ядро целевой аудитории посетителей их будет отличаться, несмотря на то, что все эти мероприятия могут проводиться в одном регионе или даже районе.

Максимально точное и детальное описание конечного адресата, создаваемого видео-контента, позволит добиться максимально желаемых результатов. Существует немало опросников, помогающих точнее ответить на вопрос о составе целевой аудитории. Если мероприятие проводится не в первые, то вероятнее всего, у организаторов есть понимание, у кого оно пользуется большей популярностью. Однако, бывают случаи, когда организаторы хотят привлечь новые страты аудитории. Тогда необходимо, составить дополнительные описания, кто будут эти люди, какие у них интересы, возраст, социальное положение, зарплата и т.д. Специалисты по маркетингу рекомендуют детально описывать портрет человека, представителя целевой аудитории. Это будет некий собирательный образ, или несколько образов, если у вас широкая аудитория, требующая сегментирования. Чем тщательнее разрабатываются детали – имя, место работы, другие характеристики, которые могут понадобиться, чтобы лучше понимать свою целевую аудиторию – тем точнее и легче будет дальнейшее продвижение.

Существует немало вариантов и методик для определения целевой аудитории. Для удобства, можно разработать свой чек лист или воспользоваться уже готовым.

Формулировка цели

Поняв на кого ориентирован визуальный контент, следующим шагом необходимо сформулировать какую цель он должен достигнуть. Продажа, информирование, имидживая составляющая, популяризация, реклама, элемент пиар-стратегии. Прежде чем дать окончательный ответ на данный вопрос, необходи-

мо проверить насколько реалистична поставленная цель. Если цель масштабная, тогда необходимо понимать, что вам может потребоваться не одна единица, а «линейка» видео-контента, отдельные не связанные между собой видео или, наоборот, цикл, выходящий с определенной регулярностью. Так же и с целевой аудиторией: если необходимо затронуть сразу несколько целевых групп, значительно отличающихся своими характеристиками, то нужно будет продумать визуальный ряд для каждой из них.

Выбор действующего лица

Следующий шаг – создания визуального произведения для продвижения туристического события – выбор «Героя». Если спросить любого сценариста, продюсера или киноведа, насколько зависит успех будущего фильма от образа главного героя, ответ будет однозначным- если большинство зрителей герою не сопереживают, не идентифицируют себя с ним или просто не понимают причин его поступков – провал картине обеспечен. «Главный герой должен вызвать сопереживание, и не важно, симпатичен он вам или нет. В главном герое зрители открывают близкие им человеческие качества. Разумеется, они не похожи абсолютно во всем, например, общее может быть только одна черта характера, но это сходство все-таки пробуждает отклик в душе. В такой момент узнавания человек неожиданно, не отдавая себе отчета, желает увидеть, как герой все-таки добьется своего, что бы это ни было» [Макки].

Любое аудиовизуальное произведение, будь то, художественный фильм, анимация или блог в «Tik-tok», с ярким, привлекательным, запоминающимся главным героем, что оставляет у зрителей большой эмоциональный отклик, а значит больше запоминается, откладывается в бессознательном.

Привлекательный герой- это не обязательно «Мисс Мира» в главной роли, упоминая термин «привлекательность» мы имеем ввиду не внешний облик исполнителя, а созданный на экране образ.

Онлайн-опрос, который проводился в октябре 2020г. телеканалом «Русский бестселлер» (входит в первую пятерку самых успешных платных каналов России¹). Программной дирекцией киноканала были отобраны 50 киногероев из отечественных фильмов. Пользователям предложили назвать семь киноперсонажей, которых они могли бы назвать «родными». Всего было опрошено 967 человек. По результат опроса первая позиция была отдана персонажу Даниле Багрову («Брат», «Брат 2»), вторым, зрительские симпатии, выбрали образ Шурика («Операция «Ы» и другие приключения Шурика» и д.р. фильмы) и тройку лидеров замыкает Семён Горбунков (кнф/ «Бриллиантовая рука»). Как можно заметить, всех трех объединяет совсем не красивые внешние данные, а образ «свой парень из народа», «обыкновенный», «простодушный».

¹ По данным исследовательской компании Mediascope (TV Index Plus. Россия, август 2017 г).

У западных зрителей, опрос «Величайшие персонажи тв-шоу всех времен» которой проводил авторитетный портал медиа-рейтингов Ranker.com предпочтения разделились, тоже не между первыми голливудскими красавцами. Так, лидерами стали Walter White главный герой сериала «Во все тяжкие» (Breaking Bad), второе место у Tyrion Lannister, одного из главных героев «Игры Престолов», и замыкает тройку Chandler Bing из сериала «Друзья». Опрос проводился в декабре 2020 года, по данным портала в нем приняло участие 1,2 миллиона пользователей. Супермен в этом рейтинге тоже присутствуем на 83 месте¹.

Употребляя драматургический термин «Герой» – мы имеем ввиду главного действующего персонажа, от лица которого будет вестись презентация вашего контента. Это может быть как реальная персона- экскурсовод, директор музей-усадьбы, мэр города, где проводится событие, так и исторический или вымышленный персонаж, тем или иным образом связанный с тематикой события, например, поэт в честь которого проводится фестиваль или лучший оленевод района, кроме того, на роль главного героя может выбран и неодушевленный предмет или животное, особенно если речь идет об анимационном формате. Делая выбор, необходимо иметь ввиду, что образ личности героя должен отвечать нескольким критериям:

Герой – это символ события. Это особенно актуально, когда организаторы пытаются сделать упор на приглашенных медийных личностей, порой никак не связанных ни с территорией ни с самим событием. Если задача пролонгированная, например, сделать мероприятие ежегодным, со своими традициями, уникальной атмосферой и привлечением все большего числа туристов, то стоит отказаться от простого, но не эффективного пути, продвинуться на славе медийного артиста, выступающего за гонорар.

Герой должен вызывать симпатию у целевой аудитории и быть понятной ей. Об этом уже было сказано.

Герой не должен перетягивать внимание на себя. Несмотря на то, что было сказано выше, образ героя должен быть ярким и запоминающимся, но он должен вызывать ассоциации с самим мероприятием, а не только со своими заслугами, фактами биографии или личной жизни.

Рождение легенды

Итак, личность главного героя, который будет представлять ваше событие в медиа-пространстве выбрана и утверждена, теперь необходимо сформировать «Легенду». Сразу оговоримся, «Легенда», это не сам сценарий для клипа или ролика, это тот контекст, беря во внимания который, пишется сценарий, выбираются актеры или локации, делается макеты материалов, или дизайнерское оформление. Этот бэкграунд в кинематографе называют «библия» – документ, в котором

¹ The Greatest TV Characters of All Time // Ranker.com: <https://www.ranker.com/crowdranked-list/greatest-tv-characters-of-all-time?ref=search>.

указано то, что может непосредственно не быть представлено широкой публике, но необходимо знать организаторам и крейторам, для получения единого образа будущего визуального произведения, его пиар-стратегии и продвижения в медиа. Исследованию легендирования в туризме, посвящено много трудов ученого П.С. Ширинкина. «Легенда, по сути, является отдельным, хотя и важнейшим, туристическим ресурсом, пусть не осязаемым, но не менее значимым, чем природный или культурный объект, который непосредственно может использоваться в туризме» [Ширинкин 2016].

Когда автор садится писать сценарий или роман, он уже знает о своих героях всю их жизнь к моменту начала действия, где они росли, как прошло их детство, какие у них хобби или недостатки. Не все эти данные войдут в книгу или фильм, но без них, образы на экране и сама история, будет плоской и неинтересной. Со всем необязательно обладать сценарным или писательским талантом, что бы продумать легенду для события или визуального контента. Напомним еще раз, легенда это не художественное произведение, хотя она может быть представлена в любом формате. Легенда – это некая «кладовая» знаний, которые пригодятся и значительно облегчат создание, продвижению и позиционированию произведения, вызовет эмоциональный отклик и интерес аудитории. Принимая во внимание, что мы рассматриваем туризм, черпать идеи для создания «Легенды» можно из географических, исторических, природных или культурных особенностей территории, на которой проводится событие.

В «Легенде» можно упоминать совершенно любые факты, например, об причинах создания событий, о том, почему или как родилась такая идея, ее предпосылки, вспомнить контекст событий, пофантазировать, каким бы событие могло быть в прошлом или в будущем, какие есть сильные и слабые стороны события, обязательно упомянуть интересные и занятные факты. В «Легенду» совсем не обязательно включать только точные факты и даты, это не научное исследование и не документ, тут место версиям, мнениям, мечтам и фантазии. «Однако применительно к самому термину «легенда», как разработчику, так и потенциальному потребителю следует понимать, что речь в итоге идет не о значительной доле вымысла, а художественно- литературной обработке. Это нисколько не умаляет значения и качества созданной легенды, поскольку туристу не столько нужны факты, сколько «удобное» их восприятие» [Ширинкин 2018].

Допустим, какое-то издание считает ваше событие «старейшим праздником пирога» – это смело можно записать в свою легенду, и использовать в дальнейшем. Или существует поверье, что известный полководец проходил здесь со своим войском, в связи с чем, в этих местах произошло некие события, почему бы это не связать с современностью?

«Главное – изучать краеведение, историю места, ведь именно это является основой брендинга! А как рассказать историю ярко, интересно, создать у туриста яркий образ территории, раскрыть ее индивидуальность? Что, помимо фактов, может привлечь к местности «своего» туриста? В российской туристике

лет семь назад экскурсионисты стали использовать слово сторителлинг» [Козлова, Наумкин, Степина, Носкова].

Сторителлинг – очень удобный инструмент, который призван помочь в создании небольшого рассказа, написанного не канцелярским, а живым языком. Используя его нехитрые алгоритмы и правила, продумать «Легенду» станет гораздо проще, особенно учитывая специфику туристических событий. «Легендирование можно считать одним из перспективных направлений информационного маркетинга в туризме, которое дает возможность не только вызывать первичный туристский интерес, но и получать эмоциональный отзыв у туристов в процессе потребления услуг дестинации, что позволяет увеличивать вероятность повторных посещений» [Бандалетова].

Драматургия замысла

В Западной цивилизации самой первой работой по драматической теории, дошедшей до наших дней, считается «Поэтика» Аристотеля (384-322 до н.э.), после мировая наука обогатилась работами связанными с исследованиями драматургии, ее приемов, законов, поэтик и эстетики таких авторов как: Лопе де Вега («Новое руководство к сочинению комедий»), Филип Сидней («Защита Поэзии»), Бен Джонсон («Леса для постройки»), Готфрид Эфраим Лессинг («Гамбургской драматургии»), Адам Мюллер (Об идее прекрасного») и многие другие.

Продумать драматургию будущего визуального произведения необходимо, ведь она помогает в творческой реализации проекта, делая его содержание более запоминающимся, ярким, привлекающим внимание. «Центральным механизмом в восприятии информации и знания, и мотивации поведения является переживание. Не пережитая информация – чужая информация, она не дает знания. Не формирует диспозицию у людей. И только переживание оставляет глубокий след в памяти человека»¹.

Значение драматургии в создании аудио-визуального творческого произведения первостепенно. Функция драматургии заключается не в коммуникации со зрителем, а в «послании», которое должно быть донесено до целевой аудитории. «Драматическое раскрытие материала, сюжетная его разработка должны предшествовать постановке кинокартины, предопределяя место образов в единой смысловой системе картины» [Шарков, Силкин].

Продумать драматургический прием или ход – это не равно написать сценарий, это лишь означает, решить, какими художественно-выразительными средствами пользоваться, выбрать ли метафорическое повествование или персонифицированное, определить стиль и тему. «Сценарий не драма. Драма – самостоятельная ценность и вне ее действенно-театрального оформления» писал Сергей Эйзенштейн в своей работе «О форме сценария» [Эйзенштейн].

¹ Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммунологии: монография / Ф.И. Шарков, В.В. Силкин; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко, 2018.

Драматургических приемов существует бесконечное множество, главное чтобы он работал на общий замысел, а не был «аттракционом ради аттракциона».

Ключевое послание

Какое сообщение будет нести будущий контент своей зрительской аудитории? Послание будет зависеть от целей поставленных ранее, о которых говорилось в начале данной работы. Например, это может быть «Покупайте билеты», «Узнайте о новом мероприятии рядом с вами», «Поверьте, это совсем недорого и очень доступно», «Резервируйте заранее», «Участвуйте в конкурсе» или что-то иное. Раньше считалось, что в тексте сообщения обязательно должен быть прямой призыв к действию, мотивирующий аудиторию принять нужное решение. Сегодня, сообщения «в лоб» уже не работают, а наоборот отпугивают и раздражают потенциального зрителя. По данным ВЦИОМ «Уровень доверия к рекламе в нашем обществе остается низким: только 3% опрошенных доверяют рекламной информации, тогда как 57% говорят об обратном, еще 38% занимают промежуточную позицию («отчасти доверяю, отчасти не доверяю»)»¹.

Этим данным не противоречат цифры полученные в ходе опроса, проведенного Левада-центр Большинство россиян не доверяют рекламе — таких сегодня 60%. При выборе товаров потребления граждане предпочитают руководствоваться собственным опытом и ценой, только 2% совершают покупки под воздействием рекламы. При этом существенно выросла доля тех, кто относится к рекламе с недоверием: 20 лет назад таких было 39%, сейчас уже 60%².

Однако, это вовсе не означает, что у организаторов не должно быть четкого понимания какое сообщение будет транслироваться в визуальном производстве, напротив, чем четче будет осознание, тем проще будет закодировать посыл и донести его точный смысл до аудитории.

Отбор коммуникационных каналов

Следующий этап определить каналы медиа коммуникации по которым будет транслироваться визуальный контент. На данный выбор влияют все вышеперечисленные пункты, но важнейшим, определенно, является состав целевой аудитории. «Что», «Где» и «Когда» смотрит целевая аудитория – на пересечении этих трех сфер и находится необходимая информация для принятия решений о выборе каналов трансляции (Рисунок 1).

Вот для чего нужен детальный портрет вашей целевой аудитории, что бы понимать какой источник информации для нее является основным и компетентным, на каком устройстве она это смотрит.

¹ Больше половины россиян отказались доверять рекламе (по итогам телефонного опроса ВЦИОМ 11-13 октября 2017 года, n = 1800 чел.) // РБК: <https://www.rbc.ru/rbcfree/news/59e8c72b9a7947f45616f67f>.

² Опрос «Левада-центра» 21-24 апреля 2017 года (n = 1600 чел): <https://www.levada.ru/2017/08/03/tovaroipotrebienie-i-reklama/>.



Рисунок 1. Информация на пересечении трех сфер /
Information at the intersection of three spheres (what, where, when)
for the choice of a channel

Определение формата

Опираясь на все полученные данные, следующим действием, должно стать определение формата вашего визуального произведения: Что это будет?

Видео-ролик, мультипликационный фильм, документальные сюжет, серия прямых эфиров, «вирусный» контент, а может быть художественная игровая короткометражная лента. Что бы не потеряться в разнообразии форматов, жанров, способах трансляции, и иметь полную картину возможностей представляемых современными технологиями необходимо создать классификатор. За основу возьмём 3 категории, включающие по 3 страты каждая. По формату – игровой/документальный/анимационный. По длительности – полный метраж/короткометражный/ ролик. По трансляции – кинопрокат/телевидение/интернет.

Сочетания любого элемента из каждой категории будет давать новые варианты для создания конечного продукта. Вопрос выбора подходящего формата аудио-визуального произведения требует особого подхода к изучению, в рамках данной статьи у нас нет возможности для должной проработки и освещения всех нюансов и вариантов.

Резюмируя, укажем, что выбор формата визуального произведения зависит, в первую очередь, от целевой аудитории, целей и бюджета. Бюджет мероприятия (туристического события), по-хорошему, должен включать в себя статьи на его продвижение, в данную графу и следует вписать расходы на создания видео-контента. Для наглядности все указанные этапы разместим в графической матрице (таблица 1).

Так выглядит путь подготовки создания аудио-визуального контента для продвижения мероприятия культурно-событийного туризма. Очевидно, что каждый из пунктов заслуживает более детального изучения и разбора, с примерами и заданиями. Несомненно, изучение вопросов потенциала масс-медиа для продвижения культурных событийных брендов территории, и внутреннего туризма всей России будет нами продолжено.

Таблица 1. Матрица этапов / Stage matrix (choice of format)

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ	ФОРМАТ	КАНАЛЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
	КЛЮЧЕВОЕ ПОСЛАНИЕ	
	ДРАМАТУРГИЧЕСКИЙ ХОД	
	ЛЕГЕНДА	
	ГЛАВНЫЙ ГЕРОЙ	
ЦЕЛЬ		

Выводы

Рассмотренный в этой статье алгоритм, может применяться не только для указанной области (мероприятия культурно-событийного туризма). А имеет более значительный перечень сфер приложения. За счет универсальности научных данных, на которых построена данная концепция, предложенный путь подготовки визуального контента, имеет широкий спектр своего применения для создания и продвижения визуального контента различных сфер экономики, культурных и социальных и проектов из других сфер народного хозяйства РФ. Полученные результаты могут быть использованы для внедрения в работу территориальными органами власти, профильных департаментов и ведомств, представителями учреждений культуры и бизнеса. Материалы данной публикации могут лечь в основу семинара или факультативной дисциплины для обучающихся по направлениям туризм, журналистика, управление социокультурными проектами, продюсирование.

Источники

- Алексеева О.В. (2011). Событийный туризм и ивент-менеджмент / О.В. Алексеева // Российское предпринимательство. № 6. Вып. 2 (186). С. 167-172.
- Астафьева О.Н. (2014). Стратегия устойчивого развития в культурной политике российских регионов. Москва: Пашков дом. С. 48-62.
- Бандалетова Д.А. (2018). Мифология и легендирование как фактор экскурсионной деятельности в региональном туризме Материалы V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / Мин-во образования и науки Рос. Федер., ФГБОУ ВО «Югор. гос. ун-т». Ханты-Мансийск : Югорский государственный университет.
- Гуляев В.Г. (2003). Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика.
- Долженко Г.П. (2019). История туризма и гостеприимства: учебник для среднего профессионального образования / Г. П. Долженко, Ю. С. Путрик, А. И. Черевкова. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Юрайт.
- Зорин И.В., Зорин А.И. (2011). Дестинация в контексте ЮНЕСКО. М.: РМАТ.

- Кастельс М. (2017). Власть коммуникации / Пер. с англ. Н.М. Тылевич; под науч. ред. А.И. Черных. 2-е изд., доп. Москва: Высш. шк. экономики (Переводные учебники ВШЭ).
- Квартальнов В.А. (2007). Туризм. М.: Финансы и статистика.
- Козлова Н.Н., Наумкин Д.В., Степина М.М., Носкова Е.С. (2020). Жила-была легенда // География и туризм. №1. С. 101-105.
- Лакомов Е.А. (2013). Классификация видов событийного туризма // Вестник Университета. №2. С. 64-69.
- Луман Н. (1995). Что такое коммуникация? // Социологический журнал. №5. С. 114-120.
- Луман Н. (2011). Общество общества. Том 2, Медиакоммуникация. М.: Логос.
- Макки Р. (2008). История на миллион долларов: мастер-класс для сценаристов, писателей, и не только. Пер. с англ. Е. Виноградова. М.: Альпина нон-фикшн.
- Малахова Н.Н. (2010). Инновации в туризме и сервисе / Н.Н. Малахова, Д.С. Ушаков. Изд. 2-е, доп. и перераб. Ростов н/Д: МарТ; Феникс.
- Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Г. (2008). Имидж России. Ресурсы. Опыт. Приоритеты. М.: РИПОЛ классик.
- Соколова М.В. (2004). История туризма: Учеб. пособие для студ. высш.учеб.заведений. 2-е изд. перераб. М.: Академия.
- Соколова М.В. (2006). История туризма, 3-е изд. М.: Academia.
- Фролова Т.А. (2010). Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ [эл. ресурс]: http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm.
- Шарков Ф.И., Гостенина В.И. (2006). Технологии рекламы / Ф.И. Шарков, В.И. Гостенина. Москва.
- Шарков Ф.И., Силкин В.В. (2018). Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммунологии: монография / Ф.И. Шарков, В.В. Силкин; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. М.: Дашков и К.
- Ширинкин П.С. (2016). Туристское легендирование как метод использования символических средств и ресурсов в развитии гуманитарного потенциала территории // Философские науки № 4. С. 103-112.
- Ширинкин П.С. (2018). О некоторых эволюционных аспектах использования символических ресурсов и внедрения туристского легендирования в развитие регионального туризма и образовательной деятельности в высшей школе // География и туризм. №1. С. 74-86.
- Шмыткова А.В. (2019). Сельский туризм: учебное пособие. Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета.
- Эйзенштейн С.М. (1968). О форме сценария // Сергей Эйзенштейн (избр. произв. в 6 тт.). Москва: Искусство.
- Anholt S. (2007). Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions, 1st.ed. Palgrave Macmillan.
- Castells M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*. No.1. P. 238-266.
- Getz D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*. No.29 (3). P. 403-428.
- Lynch K. (1972). What Time is This Place? Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Mossberg L., Getz D. (2006). Stakeholder influences on the ownership and management of festival brands. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol. 6. No. 4. P. 308-326.
- Van Ham P. (2008). Place Branding: The State of the Art /P. Van Ham. In: The Annals of the American Academy of Political and Social Science. Vol. 616. P. 126-149.

■ ■ ■ The Concept of Creating Visual Content for Promotion in the Media Space (on the example of cultural and event tourism)

Sosnovskaya K-M. A.

Media-Association "Potential", Moscow, Russia.

Abstract. A competitive, attractive and even unique project or product, without its wide representation in the information space, will not receive proper implementation and response. Without effective promotion in the mass media, and this applies to almost any sphere from the economy to culture, the creation process will be incomplete and incomplete. Creating a visual production requires a deep understanding of various communication processes: the laws of communication, the basics of audience perception, cognitive principles, as well as the basics of drama and Public Relations. The article is based on the understanding of theoretical knowledge and scientific sources on this topic, as well as the practical long-term experience of the author of the study in creating visual works of different genres, styles and directions. The material of this study is given on the example of the sphere of cultural and event tourism, however, the scope of application is much wider. This concept, due to its universality, can be used for the preparation of visual works and their further promotion in the media space in various fields of application, e.g. economy, society, culture, ecology, besides it provides a methodological component for teaching students of specialized areas.

Keywords: media space, visual content, cultural and event tourism, development of territories, branding, promotion concept

For citation: Sosnovskaya K-M.A. (2021). The Concept of Creating Visual Content for Promotion in the Media Space (on the example of cultural and event tourism). *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 2. P. 170-184. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-170-184.

Inf. about the author: Sosnovskaya Ksenia-Margarita Aleksandrovna – general producer of Media-Association "Potential", LLC, member of the Union of Journalists of Russia, postgraduate student at the Chair of public relations and media policy, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. Address: 107061, Russia, Moscow, Bolshaya Cherkizovskaya st., 1/1. E-mail: margotvpresenter@gmail.com.

Received: 21.02.2021. *Accepted:* 02.06.2021.

References

- Alekseeva O.V. (2011). Event tourism and event management. *Russian Entrepreneurship*. No. 6. Issue. 2 (186). P. 167-172 (In Rus.).
- Anholt S. (2007). Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions, 1st.ed. Palgrave Macmillan.
- Astafayeva O.N. (2014). Sustainable Development Strategy in the Cultural Policy of Russian Regions. Moscow: Pashkov House. P. 48-62 (In Rus.).
- Bandaletova D.A. (2018). Mythology and legend as a factor of excursion activities in regional tourism Materials of the 5th All-Russian scientific and practical conference with international participation. Khanty-Mansiysk: Ugra State University (In Rus.).

- Castells M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*. No.1. P. 238-266.
- Castells M. (2017). The Power of Communication (transl. N.M. Tylevich, ed. A.I. Chernyh. 2nd ed. Moscow: Higher School of Economics (HSE Translated Textbooks) (In Rus.).
- Dolzhenko G.P. (2019). History of tourism and hospitality: a textbook for secondary vocational education, eds. G.P. Dolzhenko, Yu.S. Putrik, A.I. Cherevkova. 2nd ed. Moscow: Yurayt (In Rus.).
- Eisenstein S.M. (1968). On the form of the script. In: Sergei Eisenstein (selected works in 6 volumes). Moscow: Art (In Rus.).
- Frolova T.A. (2010). Economics and management in the field of social and cultural services and tourism: TIT SFedU [el. source]: http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm (In Rus.).
- Getz D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*. No.29 (3). P. 403-428.
- Gulyaev V.G. (2003). Tourism: Economy and Social Development. Moscow: Finance and Statistics (In Rus.).
- Kozlova N.N., Naumkin D.V., Stepina M.M., Noskova E.S. (2020). Once upon a time there was a legend. *Geography and tourism*. No.1. P. 101-105 (In Rus.).
- Kvartalnov V.A. (2007). Tourism. Moscow: Finance and Statistics (In Rus.).
- Lakomov E.A. (2013). Classification of types of event tourism. *Bulletin of the University*. No. 2. P. 64-69 (In Rus.).
- Luhmann N. (1995). What is communication? *Sociological journal*. No. 5. P. 114-120 (In Rus.).
- Luhmann N. (2011). Society of society. Vol. 2, Media Communication. M.: Logos (In Rus.).
- Lynch K. (1972). What Time is This Place? Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Malakhova N.N. (2010). Innovations in tourism and service / N.N. Malakhova, D.S. Ushakov, 2nd ed. Rostov-on-Don: March; Phoenix (In Rus.).
- McKee R. (2008). Masterclass on the Craft of Story (transl. E. Vinogradova). M.: Alpina non-fiction (In Rus.).
- Mossberg L., Getz D. (2006). Stakeholder influences on the ownership and management of festival brands. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol. 6. No. 4. P. 308-326.
- Rozhkov I.Y., Kismereshkin V.G. (2008). Image of Russia. Resources. Experience. Priorities. M.: RIPOl classic (In Rus.).
- Sharkov F.I., Gostenina V.I. (2006). Advertising technologies. Moscow (In Rus.).
- Sharkov F.I., Silkin V.V. (2018). Theory and practice of mass information as a fundamental direction of communicology / ed. F.I. Sharkov. M.: Dashkov and K (In Rus.).
- Shirinkin P.S. (2016). Tourist legend as a method of using symbolic means and resources in the development of the humanitarian potential of the territory. *Philosophical Sciences*. No. 4. P. 103-112 (In Rus.).
- Shirinkin P.S. (2018). On some evolutionary aspects of the use of symbolic resources and the introduction of tourist legend in the development of regional tourism and educational activities in higher education. *Geography and tourism*. No. 1. P. 74-86 (In Rus.).
- Shmytkova A.V. (2019). Rural tourism: textbook. Rostov-on-Don, Taganrog: Publishing House of the Southern Federal University (In Rus.).
- Sokolova M.V. (2006). History of Tourism, 3rd ed. M.: Academia (In Rus.).
- Van Ham P. (2008). Place Branding: The State of the Art /P. Van Ham. In: The Annals of the American Academy of Political and Social Science. Vol. 616. P. 126-149.
- Zorin I.V., Zorin A.I. (2011). Destination in the context of UNESCO. M.: RMat (In Rus.).

■ ■ ■ Волонтерство в музеях совести: сочетание теории коммуникации и культурологических подходов

Лемешевская Е.С.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. В статье рассматривается краткая история возникновения и развития концепта «музей совести», а также сущность и примеры волонтерства в музеях совести. Процесс становления музеев совести показан через ретроспективу событий XX – начала XXI веков и возникших как следствие культурных течений, «умонастроений»: борьбы за права человека, равенство, независимость, дискуссии о культуре памяти, травме, значении опыта отдельного человека для истории. Приведены примеры волонтерской деятельности в музеях совести как в России, так и за рубежом. В статье автор рассматривает возможность применения сочетания теории коммуникации и культурологических подходов для рассмотрения связки «волонтерство – музей совести – культура».

Ключевые слова: музей совести, волонтерство, диалог, травма, память, коммуникативная модель

Для цитирования: Лемешевская Е.С. Волонтерство в музеях совести: сочетание теории коммуникации и культурологических подходов // Коммуникология. 2021. Том 9. № 2. С. 185-193. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-185-193.

Сведения об авторе: Лемешевская Екатерина Сергеевна – аспирант Института Общественных Наук (ИОН), кафедра Теории и истории культуры Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС). Адрес: 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 82. E-mail: e.postnaya132@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию: 15.03.2021. *Принята:* 02.06.2021.

История развития музеев совести и их культурный смысл

Историко-культурный контекст является важным для понимания как причин возникновения музеев совести, так и их ключевой идеи. Концепция музеев данного типа выстраивалась под влиянием различных культурных течений и умонастроений XX и XXI веков, которые следует рассмотреть более подробно.

XX век был ознаменован трагическими событиями, сопровождавшимися большим числом жертв – геноцид армян, Первая и Вторая Мировые Войны, репрессии в СССР, геноцид тутси в Руанде, режим красных кхмеров в Камбодже и т.д. Это столетие не уникально, история помнит множество войн и истреблений народов за века существования человечества, но именно в XX веке официально задокументировано совершение «преступления против человечества» и принята конвенция о предупреждении геноцида – «действий, совершаемых с намерением уничтожить, полностью или частично, какую-либо национальную, этни-

ческую, расовую или религиозную группу как таковую». Создание Организации Объединенных Наций (ООН), Нюрнбергский процесс над преступлениями нацизма, принятие Всеобщей декларации прав человека – все это стало отправными точками всемирной дискуссии о правах человека и международном уголовном праве, ответственности не отдельных личностей, но государств за совершенные преступления. В этом же столетии происходит становление и расцвет дисциплины *memory studies*, посвященной изучению исторической, культурной памяти [Сафронова: 15-26], а также зарождаются основы *trauma studies* – исследований исторической, культурной травмы [Мороз, Суверина]. В 1968 году происходят массовые студенческие демонстрации по всему миру. Протест против существующего миропорядка выразился в разгоревшейся с новой силой борьбе за права человека и против игнорирования «подлинно угнетенных слоев». Ученые называют эти события культурной революцией ради равенства полов, большей демократизации общества и свободы [Арриги, Валлерстайн, Хопкинс]. Активно происходят процессы деколонизации – в 1947 году независимость обретают Индия и Пакистан, в 1960-м году ООН принимает Декларацию о предоставлении независимости колониальным странам и народам. Постколониальный поворот в культуре поддерживается основополагающей работой Э. Саида «Ориентализм» о восприятии восточного мира через призму колониальной идеологии, мифов и стереотипов [Бахманн-Медик: 221-222]. Как пишет П. Бёрк, «главной причиной протеста против великого нарратива западной цивилизации стало растущее осознание того, что он упускал из виду или делал незримым» [Бёрк: 77]. В конце 60-х годов актуализируется движение феминизма – утверждалось, что неравенство кроется не столько в законодательном поле, сколько в самой системе социального устройства. Мир начинает говорить о «скрытом», «неудобном», проблематизировать то, что ранее казалось обыденным и естественным. В 1920-х годах школа «Анналов» пересмотрела существующий взгляд на ремесло историка и предложила новые принципы исторической науки, включающие в себя «тотальность истории» – описание всех сторон жизни человека, «человечность» – восприятие человеческого сознания и человека в мире как главного предмета изучения и «бесконечность исторических источников» – использование всех доступных ресурсов как свидетельств истории. Развитие средств массовой информации и технологий позволяют фиксировать больше свидетельств времени от большего числа людей, любой человек становится важным очевидцем эпохи.

Осознание необходимости восприятия человеческой жизни как великой ценности, борьба за права угнетенных, независимость и равенство – отдельных людей и целых государств, дискуссии о культуре памяти, внимание к личной истории и личному свидетельству, признание травмирующего опыта и разговор о нем – эти умонастроения безусловно повлияли на возникновение и развитие музеев совести как нового типа классической культурной институции «музей». Все перечисленные выше темы являются важными ресурсами для тематического наполнения музеев совести. Одним из важных факторов также является возникно-

вление нового формата музея, в котором гораздо шире используются возможности коммуникации – между посетителями, музеем, волонтерами.

Первые «музеи совести» («museums of conscience» в англоязычной литературе) начали открываться после Второй Мировой Войны. Первым подобным музеем стал Государственный музей Аушвиц-Биркенау в Польше. Музей был открыт в июне 1947 года на территории бывшего концентрационного лагеря Освенцим. Создатели музея поставили задачу сохранить место, где находился лагерь, и превратить музей в «исторический документ». Множество «музеев совести» в мире посвящено именно Холокосту – Мемориал Яд-Вашем в Израиле (год основания – 1953)⁷, Мемориальный музей Холокоста в США (1993 г.), Дом-музей Анны Франк в Нидерландах (1960 г.), многочисленные музеи в других странах¹.

Стоит отметить, что Музей обороны и блокады Ленинграда правительство города открыло в октябре 1945 года (при этом уже в 1943 году уже было создано постановление о проведении выставки «Об обороне Ленинграда» – прообраза музея), раньше, чем был открыт первый музей Холокоста. Данный музей обычно не относят к категории «музеев совести», так как память о блокаде в первую очередь воспроизводится в героическом ключе, как символ стойкости и мужества человека перед лицом смерти, и победы государства над врагом – память о блокаде изначально выстраивалась в соответствии с победным дискурсом [Воронина: 10-16]. Однако, экспозиция музея побуждает к разговору о ценности человеческой жизни и недопустимости насилия – и более того, о расширении понятия «музей совести».

Музеи Холокоста открывались на протяжении всей второй половины XX века и в наступившем XXI веке. В 1979-1980 годах был открыт музей Туол-Сленг в Камбодже. Музей размещается в здании бывшей школы, в которой в период режима красных кхмеров была организована тюрьма – Security Prison 21 (S-21). С 1976 по 1979 год в заключении находились около 20 тысяч человек, которых пытали с целью узнать имена противников режима. После заключения всего 12 человек остались в живых (четверо из них – дети). Музей геноцида армян Цицернакаберд в Армении открыт в 1995 году. Музей рабства в Ливерпуле основан в 2007 году. Музей Истории ГУЛАГа в Москве – 2001 год.

Музеи совести выделяют в отдельную категорию, так как их «смысловый маршрут» это встреча с трудным / болезненным опытом прошлого или настоящего, покаяние, осознание произошедшего, признание ошибок и недопущение насилия в будущем. В музеях совести акцент на героизме народа или государства гораздо слабее или совсем отсутствует, в отличие от акцента на превосходстве человеческой жизни над насилием. Зачастую правила посещения таких музеев репрезентируют их как «сакральные места»: посетителям предписывается надевать скромную одежду при визите в музей, ограничивают посещение музея детьми младшего возраста (например, в Туол Сленг запрещено посещать 1-й этаж во всех строениях музея детям до 14 лет, Яд-Вашем нельзя посещать детям до 10 лет), запрещено фотографировать, шуметь и т.д.

Музеи совести – это реакция на запредельную жестокость войн, нарушение прав человека, антигуманные методы политической борьбы. Именно поэтому в работе музеев совести ключевую роль играют образовательные программы для посетителей. С 90-х годов XX века музеи совести работают в парадигме «новых музеев», которая подразумевает отказ от «пассивного» созерцания, и приветствует соучастие, вовлечение, приглашение к «проживанию» опыта. Музеи совести в настоящее время также привлекают волонтеров, и рассматривают их участие в деятельности музея как одно из важнейших направлений.

Волонтерство в музеях совести: многоуровневый диалог

В настоящее время в деятельность музеев активно внедряется работа с волонтерами. Волонтерство также развивается на государственном уровне как направление культурной и социальной политики, в рамках национальных и благотворительных проектов – 2018 год в России назначен Годом Волонтера¹, благотворительным фондом В. Потанина проводятся конкурсы и инициативы в музейной сфере «Музей без границ»². Уже существующие волонтерские проекты в музеях изучаются различными организациями, работающими в сфере реализации культурных инициатив и аналитики социокультурных проектов, например, Ассоциация Менеджеров Культуры выпустила большой обзор «Музей – Волонтер – Общество»³.

Некоторые исследователи рассматривают волонтерство в своих работах как явление, возникшее на основе благотворительности, добровольчества, социальной работы [Тарасова: 9-10; Каримов: 10; цит. по Горлова, 2019]. Другие исследователи рассматривают понятие «волонтерство» отдельно, и для России зарождение данного понятия относят к 19 в. [Кудринская: 11; цит. по Горлова, 2019]. В данной статье предлагается использовать следующее определение волонтерства, которое основано на синтезе ключевых характеристик волонтерства, предложенных различными авторами в их собственных определениях (например, определений, рассмотренных в работе Горловой [Горлова], представленных в тематических публикациях⁴ и нормативно-правовых актах РФ⁵) – волон-

¹ Указ о проведении в России Года добровольца [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/56315> 6 декабря 2017 года (дата обращения 12.02.2020).

² «Музей без границ». Благотворительный Фонд Владимира Потанина. Конкурсы [эл. ресурс]: <https://www.fondpotanin.ru/competitions/> (дата обращения 12.02.2020).

³ «Музей – Волонтер – Общество». Аналитический обзор. Проекты АМК. Ассоциация Менеджеров Культуры [эл. ресурс]: <http://amcult.ru/analiticheskij-obzor-muzej-volonter-obshchestvo> (дата обращения 12.02.2020).

⁴ #ЯВолонтер. Публикации раздела «Кино» [эл. ресурс]: <https://www.culture.ru/materials/253870/yavolonter> (дата обращения 12.02.2020).

⁵ Федеральный закон от 11 августа 1995 г. N 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» // Гарант [эл. ресурс]: <http://ivo.garant.ru/#/document/104232/paragraph/22762:0> (дата обращения 12.02.2020).

терство – это добровольная неоплачиваемая деятельность, совершаемая преимущественно в культурных целях в рамках какого-либо социально или культурно значимого проекта или работы организации. Данная деятельность не оплачивается, но может поощряться другими способами.

В музейной среде существуют разнообразные аспекты работы с волонтерами, например: с одной стороны, волонтеры могут оказывать музею помощь в работе с документами, архивами, организацией мероприятий. С другой – если мы обращаемся непосредственно к тематике музеев совести, возникают вопросы привлечения волонтеров, расширения волонтерской базы, мотивации и поддержки волонтерской работы в музеях сложной тематики.

В настоящее время некоторые музеи совести сотрудничают с волонтерами. Например, в Музее Истории ГУЛАГа в г. Москва существует Социально-волонтерский центр. В настоящее время волонтеры музея занимаются разнообразными задачами – помощь подопечным (в быту, организация досуга, профессиональная помощь – например, такси), помощь музею (работа в библиотеке, работа с документами, сохранение и систематизация архивных документов), помощь зрителям музея. Музей развивает направление работы с волонтерами уже более 10 лет, и принимает участие в различных конкурсах¹.

В Музее Аушвиц-Биркенау (Польша), который основан на месте бывшего концентрационного лагеря, также ведется работа по привлечению волонтеров и вовлечению их в работу музея. Прежде всего волонтеры привлекаются в проекты, в которых могут усовершенствовать свои знания иностранного языка и установить контакты с коллегами из других стран. Волонтеры в музее могут приобрести навыки для дальнейшей профессиональной работы и развить необходимые для карьерного роста качества. В музее предполагается 2 варианта волонтерской работы: на территории музея и удаленно в зависимости от проектов музея. Музей Аушвиц-Биркенау привлекает в качестве волонтеров только взрослых людей, которые обладают необходимыми навыками для выбранной работы и могут посвящать ей определенное время в неделю. Также с волонтерами сотрудничают Мемориальный Комплекс Яд-Вашем в Израиле, Мемориальный музей Холокоста в США, Музей Рабства в Великобритании, и другие музеи.

Музей совести и волонтерство в нем можно рассматривать с точки зрения разных теорий, относящихся к полю коммуникологии, теории коммуникаций. Волонтеры – это отдельная социальная группа с определенной внутренней культурой, и можно рассматривать внутригрупповую или межгрупповую коммуникацию волонтеров в музее, руководствуясь различными моделями коммуникации, рассматривая коммуникативный процесс с разных сторон, выделяя особенности межличностной коммуникации. При этом, музей может рассматриваться также

¹ Музей Истории ГУЛАГА (официальный сайт). Поддержка музея. Социально-волонтерский центр [эл. ресурс]: <https://gmig.ru/support/volunteering/> (дата обращения 12.02.2020).

как коммуникационная система, в которой существуют несколько уровней взаимодействия, разные акторы, авторы сообщений и их адресаты. Общие подходы к конструированию моделей коммуникации в настоящее время описаны в учебных пособиях [например, Шарков]. Важное значение при рассмотрении волонтерства в музее совести имеет теория Ю. Лотмана, в частности, понятие культуры как коммуникации. Культура рассматривается Лотманом в качестве примера коммуникации как на уровне «автор сообщения – адресат сообщения», коммуникация вида «я – он», так и на уровне автокоммуникации (т.е. коммуникации вида «я – я») [Лотман]. В этом контексте музей рассматривается как сложное коммуникационное пространство, наполненное сообщениями от автора к адресату (например, посещение экспозиции посетителем может быть рассмотрено в качестве сообщения, так как посетитель получает некое сообщение и интерпретирует его в своих терминах, или коммуникация между посетителями также может являться примером обмена сообщениями с последующей интерпретацией). Более того, музей также можно рассматривать как пример пространства, стимулирующего автокоммуникацию – за счет пространства и тематики музея посетителя побуждают к размышлениям и внутреннему переживанию. Оба типа коммуникации важны для культуры, так как они создают новые смыслы – как за счет интерпретации входящего сообщения, так и за счет сдвига контекста в ситуации коммуникации «я – я». Обращаясь к музейному волонтерству, коммуникация волонтеров создает особое смысловое поле в музее, также за счет многопланового взаимодействия волонтеров и посетителей, волонтеров и подопечных, сотрудников музея, и т.д.

Модель культуры как диалога М. Бахтина на наш взгляд также применима к рассмотрению музея совести. По мнению исследователей творчества Бахтина, существование, бытие равнозначно диалогу [Богуславская, 2011]. А также Бахтин является основоположником понятия «диалога культур» [Чумаколенко, 2013]. Диалог – это форма коммуникации. Одна из интерпретаций диалога в его теории – это выражение уникальности двух мировоззренческих позиций. Кроме того, «Я» и «Другой» поставлены им на равнозначные позиции, ни одна из которых не может существовать без другой, также как и диалог в коммуникации невозможен без участия второй стороны [Богуславская, 2011]. Применяя данную оптику по отношению к музею совести, мы можем проводить аналогии: во-первых, музей совести как раз является площадкой коммуникации, площадкой диалога – это диалог между посетителями, диалог между музеем и посетителем, диалог между музеем и волонтером. Особенность тематики музея влияет на то, что коммуникация поддерживается в активном ключе.

Выводы: волонтерство в музеях совести в рамках научного поля коммуникологии и культурологии

На наш взгляд, волонтерство в музеях совести может быть рассмотрено в рамках научного поля коммуникологии и с применением релевантных данной обла-

сти понятий, а также с использованием подходов к коммуникации, принятых в поле культурологии. Зачастую две эти области пересекаются в авторах, работах, что дает возможность взаимного обогащения.

Волонтерство выступает в данной схеме как «коммуникативная система» внутри «коммуникативной системы» музея совести. Данный подход позволяет показать многоплановость социокультурных взаимодействий, происходящих на разных уровнях подобной сложной системы, продемонстрировать разнообразие сообщений, возникающих в ходе коммуникации, в ходе диалога. Особую роль играет факт наличия в подобных музеях сложного сообщения обществу – заявления о трагических событиях, которые не всегда оцениваются в социуме однозначно. По мнению автора, данный подход может позволить обнаружить новые подходы к понимаю роли музеев совести в культуре, культурной динамике и передаче культурных ценностей, а также новое видение значения волонтерства, затрагивающего сложные, трагические, неоднозначные события в истории.

Источники

- Арриги Д., Валлерстайн И., Хопкинс Т. (2008). 1989-й как продолжение 1968-го // Неприкосновенный запас. №4(60). С. 8-30.
- Бахман-Медик Д. (2017). Культурные повороты. Новые ориентиры в науках о культуре / Пер. с нем. Ташкенова. М.: Новое Литературное Обозрение.
- Богуславская С.М. (2011). Диалог в трудах М.М. Бахтина // Вестник ОГУ №7 (126). С. 17-23.
- Бёрк П. (2016). Что такое культуральная история? / Пер. с англ. И.Полонской, ред. А.Лазарева. 2-е изд. М.: Изд. дом Высшей школы экономики.
- Воронина Т. (2018). Помнить по нашему. Соцреалистический историзм и блокада Ленинграда // Новое Литературное Обозрение. С. 10-16.
- Горлова Н.И. (2019). Становление и развитие института волонтерства в России: история и современность. М.: Ин-т Наследия.
- Лотман Ю.М. (2018). Внутри мыслящих миров. СПб: Азбука, Азбука-Аттикус.
- Мороз О., Суверина Е. (2014). Trauma studies: история, репрезентация, свидетель // Новое литературное обозрение. №125, 1/2014 [эл. ресурс]: https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe_literaturnoe_obozrenie/125_nlo_1_2014/article/10797/ (дата обращения: 15.02.2021).
- Сафронова Ю.А. (2019). Историческая память: введение: учебное пособие. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге.
- Чумаколенко Н.А. (2013). Теория «диалога культур» М.М. Бахтина – В.С. Библера и развитие медиаобразования в художественно-эстетическом образовании и воспитании школьников // Теория и практика общественного развития. №1. С. 194-196.
- Шарков Ф.И. (2012). Коммуникология: основы теории коммуникации. Учебные издания для бакалавров. Изд-во: ООО «Дашков и Ко».

■ ■ ■ Volunteering Activity in the Museums of Conscience: a combination of communication theory and cultural approaches

Lemeshevskaya E.S.

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia.

Abstract. The paper represents a brief history of the emergence and development of the concept of “museum of conscience”, as well as the essence and examples of volunteering in museums of conscience. The process of the formation of museums of conscience is shown through a retrospective of the events of the 20th – early 21st centuries and the resulting cultural trends, mindsets: the struggle for human rights, equality, independence, discussions about the culture of memory, trauma, the significance of the experience of an individual for history. Examples of volunteer activities in museums of conscience both in Russia and abroad are given. In the article, the author examines the possibility of using a combination of communication theory and cultural approaches to consider the link Volunteering – Museum of Conscience – Culture.

Keywords: museum of conscience, volunteering, dialogue, trauma, memory, model of communication

For citation: Lemeshevskaya E.S. (2021). Volunteering Activity in the Museums of Conscience: a combination of communication theory and cultural approaches. *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 2. P. 185-193. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-185-193.

Inf. about the author: Lemeshevskaya Ekaterina Sergeevna – postgraduate student of culturology (theory and history of culture), Institute of Social Sciences of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA). Address: 119571, Russia, Moscow, Vernadsky av., 84/2. E-mail: e.postnaya132@yandex.ru.

Received: 15.03.2021. *Accepted:* 02.06.2021.

References

- Arrigi D., Wallerstein I., Hopkins T. (2008). 1989 as a continuation of 1968. *Emergency reserve (Neprifosnovenny zapas)*. No. 4 (60). P. 8-30 (In Rus., transl. available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10611940.2020.1863058?needAccess=true&journalCode=mrup20>).
- Bachman-Medic D. (2017). Cultural twists and turns. New landmarks in the sciences of culture, transl. O. Tashkenov. M.: New Literary Review (In Rus.).
- Boguslavskaya S.M. (2011). Dialogue in the works of M.M. Bakhtin. *Bulletin of OSU*. No. 7 (126). P. 17-23 (In Rus.).
- Burke P. (2016). What is cultural history? Transl. from English I. Polonskoy, ed. A. Lazareva. 2nd ed. Moscow: Higher School of Economics (In Rus.).
- Chumakolenko N.A. (2013). The theory of “dialogue of cultures” M.M. Bakhtin – V.S. Bibler and the development of media education in artistic and aesthetic education and upbringing of schoolchildren. *Theory and practice of social development*. No.1. P. 194-196 (In Rus.).

Gorlova N.I. (2019). Formation and development of the institute of volunteering in Russia: history and modernity. M.: Institute of Heritage (In Rus.).

Lotman Y.M. (2018). Inside thinking worlds. SPb: ABC, ABC-Atticus (In Rus.).

Moroz O., Suverina E. (2014). Trauma studies: history, representation, witness. *New literary review*. No. 125, 1/2014 [el source]: https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe_literaturnoe_obozrenie/125_nlo_1_2014/article/10797/ (In Rus.).

Safronova Y.A. (2019). Historical memory: an introduction: a tutorial. St. Petersburg: Publishing House of the European University in St. Petersburg (In Rus.).

Sharkov F.I. (2012). Communicology: Foundations of Communication Theory. Educational publications for bachelors. M.: Dashkov (In Rus.).

Voronina T. (2018). Remember in ours. Socialist Realistic Historicism and the Siege of Leningrad. *New Literary Review*. P. 10-16 (In Rus.).

Международная академия коммуникологии

Коммуникология. Том 9. № 2. 2021. Communicology (Russia). Vol. 9. No 2. 2021.

Ссылку на опубликованные в журнале статьи оформлять следующим образом:

a) на русском языке, например:

Шарков Ф.И., Киреева О.Ф. (2013) Коммуникационный консалтинг гендерных отношений в деловом мире // Коммуникология. Том 3. № 6. С. 25-36.

b) References in English (example):

Sharkov, F.I., Kireeva O.F. (2013) Communication consulting of Gender relations in the business world. *Communicology (Russia)*. Vol. 3. No. 6. P. 25-36.

Никакая часть данной публикации не может быть воспроизведена или распространена в любой форме или любыми средствами, или храниться в базе данных или информационно-поисковой системе без предварительного письменного согласия редакции журнала «Коммуникология», в том числе, но не ограничиваясь, в любой сети или других электронных носителях или при передаче данных, или трансляции для дистанционного обучения. Позиция авторов представленных в номере статей не всегда совпадает с позицией издателей журнала.

No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, or stored in a database or retrieval system without the prior written consent of the Editorial Board of the journal "Communicology", including, but not limited to, in any network or other electronic media or transmission, or broadcast for distance learning. The position of the authors represented in the journal does not always coincide with the position of the publishers of the journal.

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-54393 от 10.06.2013 г.

Зарегистрирован Международным центром стандартной нумерации сериальных изданий (International Standard Serial Numbering – ISSN) с присвоением международного стандартного номера ISSN 2311-3065 (print), ISSN 2311-3332 (online).

Включён в базы данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ),

Всероссийского института научной и технической информации

Российской академии наук (ВИНИТИ РАН), EBSCO,

Ulrich's International Periodical Directory (UlrichsWeb),

научной электронной библиотекой "КиберЛенинка", ICI Journals Master List (Copernicus).

Редакция:

119606, г. Москва, просп. Вернадского, 84

Телефоны: +7 (499) 956-05-01, +7 (499) 956-07-01

E-mail: sharkov_felix@mail.ru

Сайт журнала в Интернете: <http://www.communicology.us>

Издатель: Ассоциация специалистов в сфере коммуникаций и информационно-аналитической деятельности «Международная академия коммуникологии»

Индекс журнала в каталоге агентства «Роспечать» – 62195

Тираж 500 экз. Цена свободная.

Подписано в печать 28.06.2021 г. Формат 70х100/16

Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 15,76. Заказ №

Отпечатано: Акционерное общество

«Т8 Издательские Технологии»

109316, Москва, Волгоградский проспект, дом 42, корпус 5

Тел.: 8 (499) 322-38-30