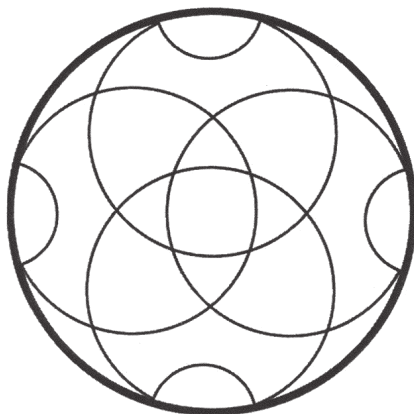


ISSN 2311-3065 (print)
ISSN 2311-3332 (online)



КОММУНИКОЛОГИЯ

COMMUNICOLOGY (RUSSIA)

Том 6 № 1 2018
Vol. 6 No 1 2018



Москва
2018

КОММУНИКОЛОГИЯ
Международный научный журналDOI 10/21453|2311-3065-2018-6-1
ISSN 2311-3065 (print)
ISSN 2311- 3332 (online)

Решением Президиума Высшей аттестационной комиссии (ВАК) Министерства образования и науки РФ 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 по отраслям науки: 22.00.00 – социологические науки; 23.00.00 – политология; 24.00.00 – культурология.

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).

Включен в базы данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ), Всероссийского института научной и технической информации Российской академии наук (ВИНИТИ РАН), EBSCO, ULRICHSWEB, OOO «Ивис».

Публикуемые материалы прошли процедуру рецензирования и экспертного отбора.

Категория информационной продукции «16+»

Том 6. № 1, январь-февраль 2018 г.

Издается с 2013 г.

Выходит 6 раз в год

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. – 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.

Захарова В.И. – заместитель главного редактора журнала по развитию, кандидат социологических наук, депутат Совета депутатов городского поселения Быково Раменского муниципального района Московской области, г. Быково, Российская Федерация.

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

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

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

Джафаров Джафар – доктор наук, профессор, ректор Азербайджанского Института туризма, 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 Горан – 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.

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

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

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

Старк Еван – 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 Юзо – почетный профессор Университета Рюкоку, г. Рюкоку, Япония.

Уколова Л.Е. – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой связей с общественностью и массовых коммуникаций ГБОУ ВО «Московский авиационный институт», г. Москва, Российская Федерация.

Иржи Шубрт – доктор философии, профессор, заведующий кафедрой истории социологии факультета гуманитарных исследований Карлова университета. 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: 70х100/16, 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
Москва**

Редакционный совет:**Председатель редакционного совета:**

Сафонов А.Л. – доктор экономических наук, профессор, проректор ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений», г. Москва, Российская Федерация.

Заместители председателя редакционного совета:

Барциц И.Н. – первый заместитель председателя редакционного совета, доктор юридических наук, профессор, директор Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ИГСУ РАНХиГС), заслуженный юрист РФ, действительный государственный советник РФ 3 класса, г. Москва, Российская Федерация.

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. – кандидат психологических наук, профессор, член-корреспондент РАЕН, г. Москва, Российская Федерация.

Члены редакционного совета:

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

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.

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

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

Волгин Н.А. – доктор экономических наук, профессор, советник генерального директора Всероссийского научно-исследовательского института труда Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации, заслуженный деятель науки РФ, г. Москва, Российская Федерация.

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

Дашков Л.П. – доктор экономических наук, профессор, генеральный директор издательско-торговой корпорации «Дашков и К», г. Москва, Российская Федерация.

Дмитриев А.В. – доктор философских наук, профессор, член-корреспондент РАН, советник РАН, г. Москва, Российская Федерация.

Евстафьев В.А. – доктор филологических наук, профессор, академик РАЕН, 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.

Иванов О.Б. – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой корпоративного менеджмента Московского государственного университета путей сообщения (МИИТ), директор ОАО «Российские железные дороги» по внутреннему контролю и аудиту, г. Москва, Российская Федерация.

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

Минаева Л.В. – доктор филологических наук, заслуженный профессор МГУ им. М.В. Ломоносова, академик 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.

Носов С.И. – доктор юридических наук, профессор, начальник департамента Государственно-правового управления Президента РФ, г. Москва, Российская Федерация.

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

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

Соловей В.Д. – доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой связей с общественностью, МГИМО (У) МИД РФ, г. Москва, Российская Федерация.

Чумиков А.Н. – доктор политических наук, профессор, главный научный сотрудник Института социологии РАН, 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 the Russian Federation the journal «Communicology» is included in the list of peer-reviewed scientific editions of VAK, in which should be published basic scientific results of theses on competition of a scientific degree of a candidate of sciences, on competition of a scientific degree of a doctor of sciences by branches of science: 22.00.00 – sociological sciences; 23.00.00 – political science; 24.00.00 – cultural studies.

The journal is registered by the Federal Service for Supervision in the Sphere of Telecom, Information Technologies and Mass Communications (ROSKOMNADZOR). PI certificate number FS77-54393 from 10.06.2013. Registered by the International Standard Serial Number International Centre and awarded with international standard numbers: ISSN 2311-3065 (print), ISSN 2311-3332 (online).

The journal is included in the data bases of the Russian Index of Scientific Citation (RSCI), the Russian Institute of Scientific and Technical Information of the Russian Academy of Sciences (VINITI RAN), EBSCO, ULRICHSWEB, LLC «Ivis».

Published materials have undergone peer review procedure and expert recruitment.

Information product category «16+»

Volume 6. No. 1. January-February 2018

Published since 2013

(6 issues per year)

Chief Editor:

Felix I. Sharkov – Dr. Sci. (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 Management, the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (IPAM RANEPA), Honored Scientist of the Russian Federation. Moscow, Russian Federation.

Editorial Board:

Natalia V. Kirillina – Cand. Sci (Soc.), Publishing Editor, associate prof. of the Public Relations and Media Policy Chair of the Institute of Public Administration and Management, the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (IPAM RANEPA). Moscow, Russian Federation.

Vera I. Zakharova – Ph.D. (Soc.), Vice Chief Editor, Deputy of Council of deputies of city settlement of Bykovo, Ramenskoy municipal district of Moscow region. Bykovo, Russian Federation.

Juan. C. Belloso – International Expert on Corporate Strategy and the Strategy of Territorial Development, Branding and International Promotion, Director & Founder of the Consulting Company «Future Places». Barcelona, Spain.

Stanislav A. Buka – Dr. Sci. (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 – Dr. Sci., Prof., Rector of the Azerbaijan Tourism Institute. 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 – Dr. Sci. (Soc.), Prof. of the Department of journalism of the Moscow Humanitarian University. Moscow, Russian Federation.

Sergey A. Kravchenko – Dr. Sci. (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 – Dr. Sci. (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. Dr. Sci. (Philos.), Prof., Director of the Institute of globalization and sustainable development, Moscow independent ecological-politological University. Moscow, Russian Federation.

Elena A. Nazarova – Dr. Sci. (Soc.), Prof. Deputy Head of the Public Relations and Media Policy Chair of the IPAM RANEPa. Moscow, Russian Federation.

Vladimir D. Popov – Dr. Sci. (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 – Dr. Sci. (Cult.), Prof. of Journalism Department (IPAM 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 – Dr. Sci. (Pol.), Prof. of the Public Relations and Media Policy Chair (IPAM RANEPa). Moscow, Russian Federation.

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

Lidiya E. Ukolova – Dr. Sci, Prof. Head of Department of public relations and mass communications IN the SBI «Moscow aviation Institute». Moscow, Russian Federation.

Jiri Subrt – Dr. Sci. (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

Rumshin, S.A. – Executive Secretary.

Yambushev, V. Yu. – Editor of the Journal “Communicology” (online).

The Journal is affiliated with the Journalism Department of the Institute of Public Administration and Management, the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (IPAM RANEPa). Dean of the Journalism Department, Deputy Chairman of the Editorial Council of Communicology Journal – Silkin V.V., Dr. Sci. (Pol.Sci.), Prof.

70x100/16, Number of copies 700

© Page make-up: Publishing and Trading Corporation Dashkov &Co
Copyright of publications belongs to authors.

Editorial Council:

Chairman of the Editorial Council:

Aleksandr L. Safonov – Dr. Sci. (Econ.), Prof., Vice-rector of the Academy of Labor and Social Relations (ALSR). Moscow, Russian Federation.

Vice-Chairmen of the Editorial Council:

Igor N. Bartsits – Dr. Sci. (Law), Prof., First Deputy Chairman of the Editorial Council, Director of the Institute of Public Administration and Management, the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (IPAM RANEPA), Honored Lawyer of the Russian Federation, Full State Adviser of the Russian Federation. Moscow, Russian Federation.

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

Felix I. Sharkov – Dr. Sci. (Soc.), Prof., Deputy Chairman of the Editorial Council, Deputy Dean of Journalism Department, Head of the Public Relations and Media Policy Chair (IPAM RANEPA), Honored Scientist of the Russian Federation. Moscow, Russian Federation.

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

Editorial Council:

Alexander N. Averin – Dr. Sci. (Philos.), Prof. of the Philosophical Chair, Philosophy and Sociology Department, Institute of Social Sciences (RANEPA). Moscow, Russian Federation.

Konstantin V. Antipov – Dr. Sci. (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.

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

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

Aleksandr N. Chumikov – Dr. Sci. (Pol.), Prof., Chief Researcher of the Institute of Sociology, Russian Academy of Sciences, General Director of the International Press Club «Chumikov PR and Consulting», Chairman of the Committee of Professional Education and Certification of the Russian Association of Public Relations. Moscow, Russian Federation.

Leonid P. Dashkov – Dr. Sci. (Econom.), Prof., General Director of Publishing and Trading Corporation «Dashkov & K». Moscow, Russian Federation.

Aleksandr V. Dmitriev – Dr. Sci. (Philos.), Prof., Corresponding Member, Counselor of the Russian Academy of Sciences. Moscow, Russian Federation.

Vladimir A. Evstafyev – Dr. Sci. (Philol.), Prof., Academic of Russian Academy of Natural Sciences, Vice-President of the Association of Communicative agencies of Russia. Moscow, Russian Federation.

Oleg B. Ivanov – Dr. Sci. (Econ.), Prof., Head of Department of Corporate Management, Moscow State University of Railway Engineering (MIIT), Director of JSCo Russian Railways for Internal Control and Audit. Moscow, Russian Federation.

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

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

Ludmila V. Minaeva – Dr. Sci. (Philol.), Prof., Academic of the Academy of Pedagogical and Social Sciences, President of the Lecturers of the Public Relations Association. Moscow, Russian Federation.

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

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

Sergey I. Nosov – Dr. Sci. (Law), Prof., Head of Department of the State Legal Directorate of the President of the Russian Federation. Moscow, Russian Federation.

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

Evgeny V. Romat – Dr. Sci. (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 – Dr. Sci. (Pol.), Prof. Head of the Politology and Policy Management Department (RANEPA). Moscow, Russian Federation.

Valery D. Solovey – Dr. Sci. (Pol.), Prof. Head of the Public Relations Department (MGIMO –University). Moscow, Russian Russian Federation.

Nikolay A. Volgin – Dr. Sci. (Econom.), Prof., First Deputy General Director of the Russian Center of Standard of Living, Honored Scientist of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation.

Slobodan Vukicevic – Dr. Sci., Prof. University Crne Gore. Podgorica, Montenegro.

Aleksandr S. Zapesotskiy – Dr. Sci. (Cul.), Prof. Correspondent Member of the Russian Academy of Sciences. St. Petersburg, Russian Federation.

Vladimir Yu. Zorin – Dr. Sci. (Pol.Sci.), Prof., Deputy Director of the Institute of Ethnology and Anthropology, Russian Academy of Sciences. Moscow, Russian Federation.

■ ■ ■ СОДЕРЖАНИЕ

■ Трансформация политических процессов

Сулейманова Ш.С.

Эффективность информационного обеспечения государственной политики: проблемы и перспективы15

Муратова Ю.Д.

Сущность информационной войны в региональном политическом конфликте и основные формы ее проявления34

■ Культура общения и коммуникативная культура

Цуканова Д.В., Шаронова С.А.

Социокультурные факторы, влияющие на развитие межкультурных коммуникативных компетенций в рамках системы управления и подготовки кадров для работы за рубежом (на примере иностранных служащих в России и Франции)47

Кравцов Д.Н., Исаев В.Д., Лебедь В.Н., Восканян К.А.

Российская молодёжь как объект деструктивного воздействия средств идеологического, информационно-психологического и культурного противоборства Запада68

■ Социология коммуникаций

Фролов С.С.

Возможности воздействия на целевую аудиторию на основе практики убеждающей коммуникации85

Дрючина И.Н.

Управление публичными правоохранительными коммуникациями в рамках диалогово-партнёрской модели взаимоотношений органов внутренних дел и населения97

Кривоухов А.А.

Оценка информационной безопасности интернет-среды пользователями социальных сетей 107

■ Теория и практика социальной коммуникации: анализ монографических исследований

Назаров А.Д., Кораблева И.С.

Великий шелковый путь как уникальный коммуникационный проект в истории человеческой цивилизации: уроки, проблемы, перспективы 119

Аверин А.Н., Шарков Ф.И.

Коммуникация с соотечественниками, проживающими
за рубежом: интеграционный подход 129

Воронцов С.А., Понеделков А.В.

О слабых звеньях коммуникативной деятельности
по противодействию коррупции. 143

■ Журналистика и медиа технологии
в информационном обществе

Ефанов А.А.

Функционирование псевдо-новости в полях телевидения
и Интернета: типология, практики, социальные эффекты 156

Новиков-Ланской А.А.

Масс-медиа в пространстве социокультурной коммуникации
(к вопросу о Новом Средневековье) 166

■ Публикации зарубежных авторов

Конрад Л.

ЗАКОНЫ ФОРМЫ – ЗАКОНЫ ЛОГИКИ (применение силлогизма
в интеллектуально-речевой коммуникации) 175

Николова Н., Тонева Д., Иванова С., Тенекеджиев К.

Переменные вероятности в юридической практике
и некоторые коммуникативные составляющие 192

■ ■ ■ CONTENTS

■ Transformation of Political Processes

Suleymanova Sh.S

The Efficiency of Information Support of the Public Policy:
problems and prospects15

Muratova Y.D.

The Essence of Information Warfare in Regional Political Conflicts
and the Main Forms of its Manifestation34

■ Culture of Communication and Communicative Culture

Tsukanova D.V., Sharonova S.A.

Sociocultural Factors of Influence over the Development of Intercultural
Communicative Competencies within the Management and Training of
Personnel for Cross Boarder Employment (on the example of foreign
employees in Russia and France)47

D.V. Kravtsov, V.D. Isayev, V.N. Lebed, K.A. Voskanyan

Russian Youth as an Object of Destructive Influence of Ideological,
Psychological and Cultural Confrontation of the West68

■ Sociology of communications

Frolov S.S.

Influence over Target Audience Via Use of Persuasive Communication85

Dryuchina I.N.

Management of Public Communication within the Framework
of a Dialogue-Partner Model in Interactions between the Law Enforcement
Agencies and Population97

Krivoukhov A.A.

Assessment of Information Security of the Internet Environment
by the Users of Social Networks 107

■ Theory and Practice of Social Communication:
analysis of monographic studies

Nazarov A.D., Korableva I.S.

The Great Silk Road as a Unique Communication Project in Human Civilization
History: lessons, problems, and prospects 119

Averin A.N., Sharkov F.I.

Communication with Russian Expatriates: an integrated approach 129

Vorontsov S.A., Ponedelkov A.V.

On Weakest Links of Communication in Corruption Control 143

■ Journalism and Media Technologies in the Information Society

Yefanov A.A.

Fakes on Television and Internet: typology, practices, social effects 156

Novikov-Lanskoy A.A.

Mass Media in Socio-Cultural Communication
(to the issue of the New Middle Ages) 166

■ Contributions of Foreign Authors

Conrad L.

Laws of Form – Laws of Logic (the use of the syllogism in the
intellectual-verbal communication) 175

Nikolova N., Toneva D., Ivanova S., Tenekedjiev K.

Interval Probabilities in Juridical Practice and Its Communicative Inputs . . . 192

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

TRANSFORMATION OF POLITICAL PROCESSES

■ ■ ■ Эффективность информационного обеспечения государственной политики: проблемы и перспективы

Сулейманова Ш.С.

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

Аннотация. В статье рассматривается взаимодействие СМИ и государственных органов власти. Анализируется внедрение информационно-коммуникационных технологий как фактор дальнейшего развития информационных процессов и более эффективного развития государственных политико-правовых институтов. Рассмотрены возможные варианты повышения эффективности информационного обеспечения государственной политики. Показано, что информационное обеспечение государственной политики с доступом граждан к открытым государственным ресурсам является одним из составляющих национальных интересов Российской Федерации в информационной сфере. Отмечается, что важным условием обеспечения информационной безопасности личности, общества и государства в современной России является проведение последовательной и сбалансированной государственной политики в информационной сфере, основой реализации которой должна являться соответствующая новым вызовам и угрозам нормативно-правовая база.

Ключевые слова: информация, информационно-коммуникационные технологии, СМИ, информационное общество, государственная политика, информационное обеспечение

Для цитирования: Сулейманова Ш.С. Эффективность информационного обеспечения государственной политики: проблемы и перспективы // *Коммуникология*. 2018. Том. 6. №1. С.15-33. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-15-33.

Сведения об авторе: Шукран Саидовна Сулейманова, доктор политических наук, профессор кафедры общественных связей и медиаполитики отделения журналистики ИГСУ РАНХиГС. Адрес: 119571, Россия, г. Москва, проспект Вернадского, 84. E-mail: ss.suleymanova@migsu.ru.

Статья поступила в редакцию: 08.01.2018. *Принята к печати:* 18.01.2018.

Информационная сфера стала системообразующим фактором общественной жизни, т.е. вполне обоснованно можно утверждать, что в жизнедеятельности общества она играет не вспомогательную роль, а одну из ключевых, в том числе с точки зрения государственной политики и государственного управления. В свою очередь, информация становится важным ресурсом общества и государства и, как следствие, существенно возрастает роль средств массовой информации.

Проблематика, связанная с информационным обеспечением государственной политики и поиском путей повышения его эффективности, особо актуализи-

рована в современных социально-политических условиях, в связи, с чем тема, затронутая автором, имеет широкие перспективы для дальнейшей научной разработки в междисциплинарных гуманитарных исследованиях.

Информационно-коммуникационные технологии во взаимодействии власти и общества

В начале XX века впервые начали рассматривать информацию не как сообщение, передаваемое от человека человеку, а как более широкую категорию. Различные подходы к определению термина «информация» были рассмотрены доктором юридических наук, академиком РАН, профессором А.А. Фатьяновым, который полагал, что наиболее полное и действенное раскрытие сущности данного понятия можно найти в теориях информации и кибернетики. Например, теория информации берёт свое начало с работ К. Шеннона, в которых под информацией понимались не любые сообщения, а только те, которые уменьшают неопределённость у получателя этого сообщения. Неопределённость по К. Шеннону, существует тогда, когда происходит выбор одной из нескольких возможностей [Шеннон: 84].

Следует отметить, что в 1980-х гг. американский футуролог Э. Тоффлер рассматривал информацию в качестве «одного из главных видов сырья, причём неисчерпаемого» [Тоффлер: 33]. Возник новый тип общественных отношений, в котором в качестве основного экономического ресурса выступает информация – информационное общество.

Безусловно, отличительной чертой информационного общества служит информация как основной предмет регулирования. Что, же представляет собой информация? Лексическое определение термина даётся в толковом словаре русского языка С.И. Ожегова: «Информация – это:

- сведения об окружающем мире и протекающих в нём процессах сведения, воспринимаемые человеком или специальным устройством...;
- сообщения, осведомляющие о положении дел, о состоянии чего-нибудь сообщения»¹.

Фатьянов А.А., проанализировав различные концепции понятия информации, в своей работе [Фатьянов: 95] выделил ряд её особенностей:

- об информации можно говорить лишь тогда, когда хотя бы одним объектом в материальном взаимодействии является живой организм. Исходя из этого, информация есть воспринимаемая живым организмом через органы чувств окружающая действительность в виде распределения материи...;
- информация не материальна, хотя её носителем и является материя;
- чем сложнее объект или процесс материального мира, тем больше информации он в себе несет;
- чем сложнее организм, тем больше вариантов его поведения может соответствовать одной и той же полученной информации.

¹ Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка [электронный ресурс]: http://mio-books.ru/content/files/catalog1/_otryvok.pdf (дата обращения 06.02.2018).

Законодательное определение данного термина содержится в ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»¹.

Исходя из существующего множества определений понятия «информация», очевидно, что под информацией следует понимать различные сведения или сообщения о чём-либо, которые играют одну из важных ролей в жизни общества.

Внедрение информационно-коммуникационных технологий открыло новые возможности для дальнейшего развития информационных процессов и для более эффективного развития государственных политико-правовых институтов, субъектов экономической деятельности, институтов гражданского общества, а также для наиболее полной реализации прав и свобод граждан. От эффективного использования возможностей современных информационных технологий, зависит, безопасность государства и перспективы формирования правового информационного общества, которое может реализовывать конституционные права и свободы.

Однако возникает вопрос: что представляет собой информационное общество? Изобретение данного термина и его ввод в научный оборот приписывается японским ученым. Далее он был использован в работах японского антрополога Т. Умесао и американского экономиста Ф. Махлупа. Такие авторы, как Т. Стоуньер, М. Порат, Й. Масуда развили теорию «информационного общества»; она получила поддержку со стороны различного рода исследователей, как тех, которые акцентировали внимание на прогрессе информационных технологий, так и тех, которые уделяли большее значение становлению технологического общества [Brzezinski]. На сегодняшний день существует множество понятий, предложенных для определения признаков современного общества. Одним из распространённых и наиболее общих определений представляется следующее: «Информационное общество – общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации, особенно высшей её формы – знаний» [Омаров].

Отличительные черты информационного общества:

- увеличение роли информации и знаний в жизни общества;
- возрастание доли информационных коммуникаций...;
- создание единого информационного пространства, обеспечивающего эффективное взаимодействие и доступ к мировым информационным ресурсам, удовлетворение их потребностей в информационных продуктах и услугах [Артюхин: 113].

В своей основе информационное общество подразумевает новое качество и роль информационного обмена. Изменения в стандартном и обычном спектре сфер конкуренции за лидерство в современном мире предопределяются глобальностью информационной сферы. С процессом информатизации триада со-

¹ Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

ставляющих информационного пространства – человек, информация, технические средства – стала неотъемлемой частью абсолютно всех сфер деятельности личности, общества и государства. Так же информационная сфера, затрагивающая и охватывающая все сферы деятельности, стала новой конкурентной средой¹.

Что касается разработки и реализации государственной политики в области развития информационного общества в Российской Федерации, то здесь можно выделить три этапа:

- 1991-1994 гг. – на данном этапе происходило формирование основ законодательства и правоприменения в сфере информатизации;
- 1994-1998 гг. характеризуются сменой приоритетов от информатизации к выработке информационной политики;
- с 1998 г. и вплоть до настоящего времени формируется политика в области построения информационного общества. Мощный толчок в развитии данного общества в регионах дала ФЦП «Электронная Россия 2002-2010 гг.», принятая Правительством РФ в 2002 году².

В 2008 г. была принята Стратегия развития информационного общества до 2020 г.

Информационная сфера как пространство деятельности и как самостоятельная система одновременно является продуктом и базисом информационного общества, где возрастает значимость права на доступ к информации, на информационное обслуживание, на защиту от нежелательной информации, и общепризнанными становятся некоторые обязанности. В первую очередь, мы говорим об информационных обязанностях государственной власти. Их можно разделить на три типа:

- реактивный (обязанность обеспечения доступа к открытой информации);
- прореактивный (обязанность сбора и предоставления информации, имеющей общественный интерес);
- поддерживающий (обязанность поддержания развития информационной сферы государства) [Петухова: 35].

При реальном исполнении государственной властью данных информационных обязательств появляется гарантия информационной прозрачности и гласности её деятельности, что поможет снизить уровень коррупции и злоупотребления властью на местах. Соответственно вполне обоснованно можно говорить о том, что в общественной жизни данная сфера уже играет не вспомогательную роль, а одну из важных с точки зрения государственной политики и государственного

¹ Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации от 7 февраля 2008 г. N Пр-212 // Российская газета [электронный ресурс]: <http://www.rg.ru/2008/02/16/informacia-strategia-dok.html>.

² Путилов В.А., Шишаев М.Г. Информатизация региона и её социальные эффекты [электронный ресурс]: <http://cyberleninka.ru/article/n/informatizatsiya-regiona-i-ee-sotsialnye-effekty>.

управления. Изменения в структуре соотношения властей в обществе связаны с информатизацией, и в социальном регулировании. Информационная власть выходит на передний план в тесном переплетении с остальными типами власти: политической, административной и экономической.

Изменения в современном российском обществе обуславливают характер позиционирования власти и ее органов, требуют государственного управления, основанного на принципах самоорганизации общества, и как следствие этого – формирования нового типа коммуникаций. Государство в условиях конкурентной политической и экономической среды вынуждено искать иные стратегии принятия решений на основе эффективного взаимодействия с обществом [Силкин: 15-16].

Тенденции развития современного мирового сообщества диктуют определенные правила, при которых необходимо уделять особое внимание информационной сфере, проводя целенаправленную национальную информационную политику, поскольку без этого ни одно государство не сможет претендовать на достойное место в данном сообществе. В индустриально развитых странах это является одной из приоритетных государственных задач. Соответственно актуальная комплексная проблема – разработка парадигмы государственной информационной политики, отвечающей интересам и потребностям общества, и её практическая реализация посредством государственного регулирования информационной сферы.

Важно отметить, что в XXI веке с усложнением мира и ростом глобализационных процессов, возрастающим количеством региональных конфликтов происходит трансформация всего мирового порядка в целом [Сулейманова: 115]

В современном мире, информационная политика представляет собой одну из существенных составляющих государственного управления, призвана играть особую роль в формировании гражданского общества. Обеспечивая при этом не только взаимопонимание между властью и обществом, а также и партнёрское взаимодействие между ними. Более того благодаря информационной политике должен совершенствоваться механизм государственного управления и оптимизация структуры государственной власти. Российские государственные и общественные деятели, а также специалисты всё больше подтверждают актуальность проблемы формирования и реализации государственной информационной политики.

Традиционно информационная политика трактуется как особая сфера жизнедеятельности людей, связанная с распространением информации в интересах государства и гражданского общества. Иными словами, государственная информационная политика – комплекс политических, правовых, экономических, социальных и культурных мероприятий государства, направленный на обеспечение конституционного права граждан на доступ к информации; сфера жизнедеятельности людей, которая связана с воспроизводством и распространением информации, соответствующей интересам государства и гражданского общества, направленная на обеспечение конструктивного диалога между ними

и их представителями [Попов: 38]. Её объектами являются печатные СМИ (газеты, журналы, книгоиздание); электронные СМИ (Интернет, телевидение, радио); средства связи; информационная безопасность; информационное право.

Следует отметить, что выделяют два аспекта информационной политики:

– Технологический (регулирование процесса развития компонентов информационной среды).

– Содержательный (приоритеты коммуникационной деятельности участников общественно-политического процесса) [Карягина].

Если раньше при формировании содержания (облика) информационной политики большинство субъектов информационной деятельности должны были учитывать, помимо взаимовлияния и взаимосвязи разнообразных объектов и процессов в автономных структурах (внутри страны, народа и т.д.), ещё и влияние внешних процессов и систем, то в современном глобализующемся мире эти данные имеют равный приоритет при рассмотрении и учете, поскольку глобальный мир является открытым миром. Соответственно формирование облика и содержание информационной политики любого государства и крупных негосударственных субъектов должно учитывать неизбежное влияние распространяемой информации на членов данной системы (относительно автономной) в частности и на весь мир в целом, а уже через него в виде вторичной реакции (воздействия) – снова на эту систему¹.

Что касается традиционных подходов к информационной политике, то здесь вопросы природы информации, а также форм её присутствия в мире не являются ключевыми при её формировании, а вот признание информационного пространства фактором глобальных изменений, происходящих на всех уровнях социальной модернизации, делает их основными при построении стратегий деятельности, а также при формировании в информационном поле особой политики. Можно выделить следующие факторы влияния информационного пространства на основные качественные характеристики информационной политики:

– тип знаний, обеспечивающий оформление информации в мозаичных конфигурациях;

– тип коммуникации, определяющий способы поведения в пространстве информационных потоков и обменов;

– особый тип субъектов (участников), формирующий ценностную и целевую структуру информационного пространства².

В информационном пространстве необходимо четко различать такие понятия, как «знание» и «информация», которые являются синонимами в обыденном сознании. В информационном же пространстве информация рассматривается как некое «сырьё» для «производства знаний».

¹ Карягина А.В. Современная информационная правовая политика в РФ: теоретико-правовой аспект [электронный ресурс]: <https://vivliophica.com/articles/law/70349/1> (дата обращения 06.02.2018).

² Зуев С.Э. Изменения информационного пространства (политики, технологии, возможности) [электронный ресурс]: <http://www.ict.edu.ru/ft/003571/Section5.pdf> (дата обращения 06.02.2018).

Необходимо помнить, что принципиальной особенностью демократического государства является непрерывное взаимодействие государственной власти и гражданского общества, которое должно быть основано на равноправном деловом партнерстве, базирующемся на взаимоуважении и доверии. Только при таких условиях государственное управление будет соответствовать общепризнанным критериям демократического государства: подотчетность, открытость, восприимчивость (адекватная реакция на изменения внешней среды или сигналы обратной связи) [Мишелетти: 23]. В связи с этим в демократических странах с устойчивой политической системой, стабильной социальной обстановкой и эффективно развивающейся экономикой государственной власти необходимо уделять существенное внимание проблеме взаимодействия и взаимопонимания с гражданским обществом и рассматривать её как одну из приоритетных стратегических задач. Одним из инструментов решения данной задачи является эффективная государственная информационная политика, которая должна представлять собой одну из основополагающих частей государственного управления. Необходимо постоянно взаимодействовать с народом, разъясняя все текущие цели, действия и решения, способствуя тем самым укреплению общественных сил и консолидации, что может оказать массовую публичную поддержку проводимому курсу государственной политики.

Информационное обеспечение государственной политики

Информационное обеспечение государственной политики с доступом граждан к открытым государственным ресурсам является одним из составляющих национальных интересов Российской Федерации в информационной сфере. В Доктрине информационной безопасности РФ, утвержденной Президентом В.В. Путиным 9 сентября 2000 года, дано определение данного термина: «Информационное обеспечение государственной политики Российской Федерации – это доведение до граждан РФ и международной общественности информации о государственной политике РФ, официальной позиции по значимым событиям в России и в мире»¹. Рассмотрим информационное обеспечение государственной политики именно с помощью средств массовой информации.

Существует разногласие по поводу двух основных функций СМИ: они призваны обеспечить информационное обслуживание процесса функционирования властных структур; их функция – артикуляция различных интересов и потребностей общества – находится на втором плане. Роль средств массовой информации в частности обуславливается необходимостью удовлетворения потребностей общества в информации.

Средства массовой информации являются эффективным способом информирования общества о деятельности власти, и наоборот, информировании власти о жизни общества, а также о его реакции на различные действия властей,

¹ Доктрина информационной безопасности Российской Федерации от 9 сентября 2000.

что позволяет СМИ быть не только субъектом государственной информационной политики, но и важным социальным институтом. Власть СМИ в современном мире распространяется практически на все сферы общества. Наиболее ярко это проявляется в политической и социальной сферах; личная жизнь человека тоже не остается без внимания СМИ [Сулейманова: 135].

СМИ XXI века оперативно освещают мировые события, анализируя информацию, занимаются её целенаправленной предварительной фильтрацией. Вследствие этого СМИ представляют собой мощное средство воздействия на сознание людей.

Таким образом, одним из важных условий развития государства, сохранения его целостности и единства является непрерывное информационное взаимодействие между властью и обществом, а также различными национальными и административно-территориальными образованиями.

Следует отметить, что информация представляет собой исходный ресурс при разработке государственной политики и реализации функций государственного управления во всех сферах деятельности общества и государства. Важным условием эффективного и устойчивого функционирования государственного механизма, реализации каждой стадии процесса государственного управления, соответствующего задачам и целям развития страны, является оперативное обеспечение достоверной информацией органов государственной власти и гражданского общества. Найти баланс интересов государства и общества в регулировании деятельности СМИ – создать действенный механизм их взаимодействия, что может отразить интересы долгосрочного социального, экономического и культурного развития. Необходимо четкое понимание, что средства массовой информации представляют собой как объект, так и субъект информационной политики государства, они являются мощным инструментом воздействия на общественное мнение, который формировался в течение длительного времени.

Взаимодействие власти и средств массовой информации в России: исторические аспекты

В современной России органы государственной власти активно взаимодействуют со средствами массовой информации по освещению различных политических целей и задач, СМИ доводят до граждан основные направления государственной внутренней и внешней политики и другую информацию о деятельности власти. Опыт истории показывает, подобное сотрудничество не сразу получило своё развитие, оно имеет глубинные исторические корни, и изначально было лишь односторонним воздействием со стороны государственной власти.

Отметим то, что появлению газет в России общество обязано Петру I, основавшему в 1702 году первую официальную российскую газету, получившую название «Ведомости». Идею выпускать газету он привёз из Великого посольства 1697 – 1698 гг. Однако следует заметить, что Россия несколько отставала от Запада в этом вопросе, так как, к примеру, в Англии первая газета появилась за 80 лет до «Ведомостей» – в 1622 г.

Сбором исходных материалов для газеты занимались приказы – органы центрального управления России. Царь являлся редактором газеты, он отбирал материал и зачастую сам правил текст, о чём свидетельствуют сохранившиеся рукописные оригиналы. Именно со времён Петра I государство начало развивать и одновременно регламентировать печатное дело и тем самым способствовать развитию СМИ¹.

При Петре I были открыты первые государственные типографии при Академии наук и Сенате. Частная пресса появилась только во время правления Екатерины II. Однако и она контролировалась государством и самой императрицей, которая следила за тем, чтобы не подвергались критике важные устои государства, в первую очередь – абсолютная власть монарха. Вместе с тем, формирование института политической цензуры следует отнести к периоду правления Павла I (1796-1801 гг.), чему способствовали внутренние и внешние причины. В России тогда ещё существовало крепостное право, которое для Европы представлялось пережитком прошлого, а революция во Франции своими идеями могла представлять серьёзную угрозу стабильности самодержавия. В результате был запрещён ввоз зарубежной печатной продукции, а отечественные издания находились под жёсткой цензурой. Император Александр I отменил запрет о ввозе зарубежной литературы и подписал Устав о цензуре – юридический документ, в соответствии с которым все издания были обязаны проходить проверку в специальных цензурных комитетах, состоявших из профессоров и магистров. Институт цензуры претерпевал различные изменения в течение всего XIX столетия, в зависимости от политических условий цензура то ужесточалась, то становилась более либеральной.

В начале XX века в России был установлен жёсткий контроль над информационной деятельностью, ввиду своей тотальности он способствовал появлению и развитию нелегальной прессы. Послабления для прессы были введены после первой русской революции 1905 – 1907 гг. Цензура была временно упразднена в 1917 году с выходом постановления Временного Правительства «О печати». Тогда же начал выходить «Вестник Временного правительства», в котором публиковались сообщения и распоряжения правительства, отчёты о заседаниях Государственного совета и Совета министров, внутренние и зарубежные новости и другие материалы.

В первые недели после прихода к власти большевиков был издан Декрет о печати (1917 г.), на основании которого были закрыты все издания, способные спровоцировать население к выступлениям против нового правительства. Тогда прекратило свое существование примерно 475 оппозиционных газет, выпускавшихся партиями кадетов, эсеров и других политико-идеологических противников большевиков. В 1919 году учреждено Государственное издательство, которое централизовало цензуру в государстве и перешло к открытой пропаганде

¹ Рохленко Д. Первая русская печатная газета // Наука и жизнь, №3, 2007 [электронный ресурс]: <http://www.nkj.ru/archive/articles/9324/>.

коммунистической идеологии. В 1922 году, помимо государственной цензуры, появилась и партийная: ВКП(б) стала определять характер и задачи деятельности печатной прессы (позже – радио и телевидения).

Следует отметить, что в Советском Союзе, реализовав политику обязательного образования и всеобщей грамотности, государство активно воспитывало привычку у своих граждан читать периодические издания: газеты, журналы и книги, и на монопольной основе занималось финансированием средств массовой информации.

В СССР средства массовой информации были инструментом государственной и партийной идеологии, агитации и пропаганды. Данное обстоятельство было определяющим во взаимодействии властно-партийных структур и СМИ. Государство использовало средства массовой информации как способ воздействия на граждан, пропагандировало свои установки, свой взгляд на происходящие события, являясь при этом односторонним каналом информационного воздействия (сверху вниз). Государство формировало официальное, «правильное» мнение и не допускало инакомыслия в печатных и электронных СМИ. Определённые изменения в характере взаимодействия власти с населением с помощью средств массовой информации произошли на рубеже 1950 – 60-х гг. Тогда в газете «Комсомольская правда» редакция по собственной инициативе открыла отдел «Институт общественного мнения», который проводил различные опросы. Что касается роли, отводимой журналистам в советское время, а также их мнения по поводу советской прессы, то здесь представляется уместным процитировать Е.Т. Гайдара, длительное время работавшего в редакциях журнала «Коммунист» и газеты «Правда»: «...как сигнальный элемент власти, который в определенных рамках указывает на её слабые места и разъясняет позицию власти обществу»¹.

В 1970-80-е гг. в органах власти стали появляться пресс-службы, которые должны были выстраивать отношения со средствами массовой информации. В эпоху правления Л.И. Брежнева появились первые пресс-секретари, которые писали речи для выступлений генеральному секретарю, ЦК КПСС и первым лицам партии и государства, а также организовывали им встречи с представителями СМИ, в том числе зарубежными.

В конце 1980-х гг. в Советском Союзе произошли радикальные перемены в характере взаимодействия между СМИ, властью и обществом. Средства массовой информации постепенно начали освобождаться от идеологической зависимости и заняли важное место в жизни общества, а некоторые журналисты того времени, например, Е. Яковлев, В. Коротич, О. Попцов, превратились во влиятельных общественных деятелей, «властителей дум». Средства массовой информации стали в тот период популярными, что подтверждается тиражами: «Комсомольская правда» – 17 миллионов, «Труд» – 15 миллионов, «Известия» –

¹ Пресса в обществе (1959-2000). Оценки журналистов и социологов. Документы. М., 2000. С. 304.

12 миллионов, однако по-настоящему рекордным стал тираж газеты «Аргументы и факты» – 33 миллиона экземпляров, что является достижением, занесённым в книгу рекордов Гиннеса.

В резолюции, принятой в ходе XXVIII съезда партии по политическому отчёту КПСС, был сделан акцент на то, что идеологический диктат уступает место свободомыслию и гласности, информационной открытости. Этот тезис предопределил новый взгляд на роль и место средств массовой информации, а также на их взаимоотношения с партией. В 1990 году был принят Закон о печати, который окончательно освобождал от партийного контроля телевидение и радио, а прессу – от цензуры Главлита, стали появляться коммерческие и кооперативные СМИ, общественные организации стремились издать собственные газеты.

После распада СССР и прихода к власти Б.Н. Ельцина в 1991 году был принят Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации», с изменениями и дополнениями действующий по настоящее время, в котором закреплены права и свободы в сфере деятельности СМИ, а также законодательно закреплено право государственных органов на учреждение СМИ. Также в это время стал формироваться и политический PR, в той политической обстановке, когда стали появляться новые партии и осуществляться борьба за власть посредством проведения альтернативных выборов, политическим силам необходимо было завоевать доверие граждан. В 2001 году деятельность по связям с общественностью получила статус профессии. Во время правления президента Б.Н. Ельцина на всех уровнях государственной системы, стали формироваться информационные структуры. Появились пресс-службы в республиках, областях и краях [Марков: 204-210].

Отметим и то, что важным шагом в истории развития взаимоотношений между государственной властью и средствами массовой информации является и принятие двух федеральных законов. В 1999 г. и 2003 г. законы «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» и «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» соответственно вступили в силу, в них подчеркивалось, что государственные органы власти вправе учреждать СМИ, отражающие официальную информацию.

Нормативно-правовая база информационного обеспечения государственной политики

Роль информационной сферы, представляющей собой важный фактор общественной жизни, возрастает. Это обусловлено рядом различных обстоятельств: увеличивается потребность общества в информационном взаимодействии, интенсифицируются процессы автоматизации и информатизации в деятельности органов государственной власти и управления, а также возрастает зависимость эффективности функционирования государства и общества от состояния информационной сферы, а средства массовой информации и коммуникации всё в боль-

шей степени оказывают влияние на формирование общественного мнения. С учётом данных факторов необходимо законодательное регулирование общественных отношений в информационной сфере. Данное направление правотворческой деятельности называется информационным законодательством. Вплоть до настоящего времени информационное законодательство в Российской Федерации находится в процессе формирования и совершенствования. Оно, как и всё российское законодательство в целом, представляет собой сложную систему.

Основу информационного законодательства составляют конституционные принципы свободы информации и запретительный принцип права, который гласит, что разрешено всё то, что прямо не запрещено законом. Информационное законодательство формируется в соответствии с Конституцией, а значит, опирается также на принцип разграничения полномочий и предметов ведения между Российской Федерацией и её субъектами. Таким образом, информационное законодательство подразделяется на федеральное и региональное.

В структуру федерального законодательства входят нормативно-правовые акты, действующие на всей территории Российской Федерации. Что касается регионального информационного законодательства, то оно формируется в соответствии с конституциями или уставами субъектов Российской Федерации. В целом «вертикальная» структура информационного законодательства основана на принципе «верховенства закона» – иерархия начинается с нормативного правового акта, обладающего наивысшей юридической силой, и далее по нисходящей:

- Конституция РФ;
- Федеральные конституционные законы;
- Федеральные законы;
- Указы и распоряжения Президента;
- Законодательные акты субъектов РФ, правовые акты органов МСУ.

Рассмотрим наиболее важные нормативно-правовые документы на современном этапе по информационному обеспечению государственной политики.

Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 24.11.2014) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»¹ является важным нормативно-правовым документом в регулировании информационных отношений. Он стал первым шагом на пути к координации на федеральном уровне отношений, возникающих в информационной сфере. Данный закон создаёт условия для участия Российской Федерации в международном информационном обмене, обеспечивает укрепление информационной безопасности. Применение его норм устанавливает ответственность за качество информации, повышает эффективность властных решений на всех уровнях с помощью достоверной и оперативной информации. Одной из норм данного федерального закона является обеспечение открытости и доступа к информации о деятельности госу-

¹ Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

дарственных органов (кроме случаев, установленных федеральными законами, например, в части сведений, составляющих государственную тайну). Вся необходимая и важная информация о деятельности органов власти должна предоставляться гражданам страны и юридическим лицам бесплатно. Подобная доступность государственной информации призвана повысить эффективность социальной и экономической деятельности органов управления. Любое лицо имеет возможность следить за расходами бюджетных средств. Также необходимо отметить, что в данном законе существует пункт, предусматривающий уголовную или административную ответственность за распространение информации, пропагандирующей национальную, расовую или религиозную нетерпимость, содержащей призывы к террористической и экстремистской деятельности и т.д. В такой многонациональной стране, как Российская Федерация, соблюдению данного пункта должно быть уделено особое внимание, так как его нарушение может привести к подрыву внутреннего единства государства.

В целом следует отметить, что Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»¹ является своего рода ядром информационного законодательства, призванным влиять на информационное обеспечение потребностей, как государства, так и любого гражданина, а также на состояние информационной безопасности и расширение международного информационного обмена.

Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» закрепляет права и свободы в сфере деятельности СМИ, регулирует отношения участников производства СМИ (например, между средствами массовой информации и государством). Данный закон даёт определение СМИ – это «периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием...»². Для того, чтобы взаимодействовать с народом и обеспечить доступ как можно большего числа граждан к социально значимой информации, в том числе по информационному обеспечению государственной политики РФ, статья 32.1 ФЗ «О СМИ» гарантирует доступ к общедоступным российским теле- и радиоканалам без взимания платы. Перечень таких обязательных общедоступных теле- и радио утвержден указом Президента РФ от 24.06.2009 № 715 (ред. от 11.08.2014). В нём числятся 10 телеканалов, среди которых «Россия» и «НТВ», и 3 радиостанции – Вести ФМ, Маяк и Радио России³. Их расходы покрываются за счёт федерального бюджета. Так

¹ Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

² Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации».

³ Указ Президента РФ от 24.06.2009 № 715 «Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах».

же государственные средства массовой информации, согласно закону, обязаны публиковать официальные сообщения органов государственной власти в предписанный срок без взимания платы, в порядке, установленном федеральным законом от 13 января 1995 г. №7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации»¹.

В законе о СМИ законодательно закреплено право граждан на получение сведений о деятельности федеральных государственных органов и органов государственной власти субъектов Российской Федерации, а также тот факт, что государственный орган имеет право быть учредителем СМИ. Однако по закону учредитель не имеет права вмешиваться в деятельность СМИ – лишен легальной возможности взять под контроль весь контент.

Важным концептуальным документом в соответствующей сфере, выражающим официальную позицию руководства России является Доктрина информационной безопасности Российской Федерации, которая вступила в силу осенью 2000 года, после того, как была подписана Президентом В.В. Путиным. В данном документе состояние защищённости национальных интересов страны в информационной сфере, определяющихся совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства подразумевается под информационной безопасностью². Для обеспечения информационной безопасности России и исполнения основных положений Доктрины было создано Управление информационной безопасности в Аппарате Совета Безопасности РФ. Данная Доктрина, представляя собой, совокупность официальных взглядов на цели, принципы, основные направления и задачи обеспечения информационной безопасности, является основой для формирования политики по обеспечению информационной безопасности Российской Федерации.

Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утверждена Президентом Российской Федерации) от 5 декабря 2016 № 646 имеет довольно сложную структуру, состоящую из различных разделов, подразделов, пунктов и подпунктов, что создает значительные трудности в её восприятии. В ней закреплены четыре основные составляющие национальных интересов РФ:

- защита конституционных прав и свобод человека в получении информации и пользовании ею;
- информационное обеспечение государственной политики РФ;
- развитие отечественной индустрии современных информационных технологий (средств информатизации, телекоммуникации и связи). Обеспечение внутреннего рынка России информационными технологиями отечественного производства и выход на мировые рынки;
- обеспечение безопасности информационных ресурсов от несанкционированного доступа, информационных и телекоммуникационных систем.

¹ Федеральный закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».

² Доктрина информационной безопасности Российской Федерации от 5 декабря 2016. № 646.

Соответственно, для каждой из составляющих определены свои виды угроз.

Остановимся подробнее на информационном обеспечении государственной политики Российской Федерации – доведение до российской и международной общественности информации о государственной политике Российской Федерации, её официальной позиции по социально значимым событиям в России и в мире, с обеспечением доступа граждан к открытым государственным информационным ресурсам»¹. Исходя из Доктрины, единственный способ обеспечения подобного «доведения», – это усиление государственных средств массовой информации, расширение их возможностей. Но при этом не учитывается международный опыт в данном вопросе, поскольку во многих иностранных государствах информированием международного сообщества и граждан успешно занимаются общественные или частные СМИ, а не только государственные. Необходимо отметить, что и в России достаточно случаев, когда события государственной важности освещались именно частными СМИ. Ситуация может измениться, если реализовать в полной мере основные направления Доктрины по обеспечению информационной безопасности в сфере духовной жизни, среди которых разработка и осуществление организационно-правовых методов для доступа СМИ к информации о деятельности государственной власти и различных общественных объединений. В целом пункт об информационном обеспечении государственной политики вызывает немало вопросов с учётом того, что любая информация может трактоваться по-разному, в особенности в современных условиях многочисленности различных СМИ, то по каким критериям следует определить, являются ли те или иные сведения достоверными, и кто будет нести ответственность за содержание информационных сообщений? Какой объём информации допустимо освещать в СМИ? Государственная политика не бывает всегда однозначной в общественном восприятии, соответственно и вопрос её освещения и достоверности является спорным.

Если рассмотреть угрозы информационного обеспечения государственной политики, то с одной стороны, это монополизация информационного рынка России; с другой, блокирование деятельности государственных средств массовой информации по информированию аудитории...².

Следует отметить, что, необходимо не только укреплять государственные СМИ, но и следить за достоверностью информации и ввести юридическую ответственность за её искажение. В случае распространения дезинформации, искажающей сущность основных направлений внутренней и внешней политики России, необходимо активизировать контрпропагандистскую деятельность по предотвращению негативных последствий дезинформации и её нейтрализации в России и за рубежом. Как отмечает Д. В. Юрков, Доктрина информационной безопасности в полной мере должна соответствовать современным реалиям [Юрков: 46].

¹ Доктрина информационной безопасности Российской Федерации от 5 декабря 2016. № 646.

² Там же.

В свою очередь, несовершенство правового регулирования деятельности средств массовой информации препятствует формированию ответственных и профессиональных, политически не ангажированных негосударственных (общественных и частных), а также государственных региональных СМИ в Российской Федерации. Зачастую граждане оказываются, лишены доступа к важной информации, во многих случаях социально значимая информация искажается, становится объектом недобросовестных манипуляций.

Таким образом, важным условием обеспечения информационной безопасности личности, общества и государства в современной России является проведение последовательной и сбалансированной государственной политики в информационной сфере, основой реализации которой должна являться соответствующая новым вызовам и угрозам нормативно-правовая база.

Выводы

На современном этапе развития средства массовой информации продолжают укреплять свои позиции в качестве важного инструмента информационного обеспечения государственной политики. Особенности взаимодействия государства и средств массовой информации формировались на протяжении нескольких столетий и, безусловно, испытали на себе влияние традиций прошлого. При разных политических режимах государственная власть ставила перед собой цель посредством использования прессы получить массовую поддержку проводимого политического курса со стороны общества.

Следует особо подчеркнуть, что поддержка проводимого политического курса напрямую зависит от степени доверия общества к руководству страны. Данное положение указывает на потребность в выстраивании конструктивного диалога между государственной властью и рядовыми гражданами посредством СМИ. Такой диалог образует действенный механизм взаимодействия, призванный, с одной стороны, отразить интересы населения, а с другой, – дать органам власти возможность интерпретации выбранного политического курса и принимаемых руководством страны решений. Необходимо чёткое понимание того, что средства массовой информации являются мощнейшим способом формирования общественного мнения и предпочтений большинства.

Сложившаяся в мире политическая ситуация требует нового взгляда на информационное обеспечение основных направлений внутри- и внешнеполитического курса российского руководства, соответственно и определения приоритетов информационной политики государства. Восстановление полноценных партнёрских отношений с ведущими странами Запада, существенно осложнённых ожесточённым противостоянием в информационной сфере, следует, начинать с разработки новой концепции информационной политики с учетом защиты своих национальных интересов на международной арене.

Следует отметить, что Россия добилась определенных успехов в информационном обеспечении государственной политики. Большинство населения страны поддерживает внешнеполитический курс руководства государства.

Учитывая, что информационная сфера является одной из наиболее динамичных, в её основу должен быть заложен прочный законодательный фундамент. Несовершенство правового регулирования деятельности СМИ препятствует формированию ответственных и профессиональных, политически не ангажированных негосударственных (общественных и частных), а также государственных СМИ в Российской Федерации.

Важным условием эффективного функционирования государственного механизма, реализации процесса государственного управления, следует определить обеспечение достоверной информацией, как системы органов государственной власти, так и гражданского общества. Соответственно необходимо укреплять государственные СМИ и следить за достоверностью публикуемой информации и ввести юридическую ответственность за её намеренное искажение.

Руководству страны необходимо разработать целостную концепцию информационного обеспечения реализуемого политического курса. В контексте рассматриваемой проблемы достижение успеха во многом зависит от того, каким образом российская сторона будет работать и с зарубежным общественным мнением.

Источники

- Артюхин В.В. (2007). Информационное общество и общество знаний – реальность, формации или концепции // *Общество и информационные технологии*. № 6. С. 113.
- Марков Е.А. (2011). Власть и СМИ в России: история взаимодействия // *Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена*. № 3. С. 204-210.
- Мишелетти М. (1998). Государственное управление в демократическом обществе. СПб. С. 23.
- Петухова А.В. (2014). Трансформация отраслевого права в эпоху информационного общества. Москва. С. 35.
- Попов В.Д. (2003). Информационная политика: Учебник. Москва. С. 38.
- Силкин В.В. Информационно-коммуникативные управленческие процессы в политическом пространстве общества // *Коммуникология*. 2017. Том 5. № 6. С. 15-16.
- Сулейманова Ш.С. (2009) Этнический фактор в современном политическом развитии России // *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология»*. № 2. С. 115.
- Сулейманова Ш.С. (2015). Образ мусульманина в федеральных СМИ: мифы о «чужаках» и «врагах России» как угроза единству нации // *Ислам в современном мире*. 2015. Т. 11. № 1. С. 135.
- Тоффлер Э. (1984). На пороге будущего // «Американская модель»: с будущим в конфликте. Москва. С. 33.
- Фатьянов А.А. (2001). Правовое обеспечение безопасности информации в Российской Федерации. Москва. С.95.
- Шеннон К. (1963). Работы по теории информации и кибернетике. Москва: Издательство иностранной литературы. Под ред. Р.Л. Добрушина и О.Б. Лупанова. С предисловием А.Н. Колмогорова. С. 84.
- Юрков Д.В. (2016). Проблемы информационно-психологической безопасности общества в контексте обеспечения национальных интересов России в информационной сфере // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Государственное и муниципальное управление»*. № 1. С. 46.
- Brzezinski Z. (1970). *Between Two Ages: America's Role in the Technetronic Era*. Viking Press.

■ ■ ■ The Efficiency of Information Support of the Public Policy: problems and prospects

Shukran S. Suleymanova

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

Abstract. The paper is dedicated to the issues of interaction between the media and public authorities. The author analyzes the introduction of information and communication technologies as a factor in the further development of information processes and more effective development of state political and legal institutions and considers possible options for increasing the effectiveness of information support for public policy. The author believes and cites evidence that the information support of the state policy with citizens' access to open public resources is one of the components of the national interests of the Russian Federation in the information sphere. An important condition for ensuring the information security of the individual, society and the state in modern Russia, according to the author, is the implementation of a consistent and balanced state policy in the information sphere, the basis for the implementation of which must be the regulatory and legal framework that corresponds to new challenges and threats.

Keywords: information, information and communication technologies, mass media, information society, state policy, information support

For citation: Suleymanova Sh.S. The Efficiency of Information Support of the Public Policy: problems and prospects. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.1. P. 15-33. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-1-15-33.

Inf. about the author: Shukran Saidovna Suleymanova, Dr. Sci. (Pol.), professor at the department of public relations and media policy, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. Address: 119571, Moscow, Vernadsky av., 84. E-mail: ss.suleymanova@migsu.ru.

Received: 08.01.2018. *Accepted:* 18.01.2018.

References

- Artyukhin V.V. (2007). Information Society and Knowledge Society – Reality, Formations or Concepts. *Society and Information Technologies*. Moscow. No. 6. P.113 (In Rus.).
- Brzezinski Z. (1970). Between Two Ages: America's Role in the Technetronic Era. Viking Press (In Rus.).
- Fatyanov A.A. (2001). Legal provision of information security in the Russian Federation. Moscow (In Rus.).
- Markov E.A. (2011) Authorities and Mass Media in Russia: the History of Interaction. *Bulletin of Herzen State Pedagogical University of Russia*. No. 3. P. 204-210 (In Rus.).
- Micheletti M. (1998) Public Administration in Democratic Society. St. Petersburg. P. 23 (In Rus.).
- Petukhova A.V. (2014) Transformation of Branch Law in the Era of Information Society. Moscow (In Rus.).

Popov V.D. (2003). Information Policy: textbook. Moscow.

Shannon C.E. (1963) Selected papers on Information Theory фтв Cybernetics. Ed. R.L. Dobrushina, O.B. Lupanov, A.N. Kolmogorov. P. Moscow: Foreign Literature Publishing House (In Rus.).

Silkin V.V. (2017). Information and Communication Management in the Political Space of Society. *Communicology (Russia)*. Vol. 5. № 6. P. 15-16 (In Rus.).

Suleymanova Sh.S. (2009). Ethnic factor in the contemporary political development of Russia. *Bulletin of the Adyghe State University: Philosophy, History, Sociology, Jurisprudence, Political Science, Culturology*. No. 2. P. 115 (In Rus.).

Suleymanova Sh.S. (2015). The Image of a Muslim in Federal Media: myths about 'outsiders' and 'enemies of Russia' as a threat to the unity of the nation. *Islam in the Modern World*. Vol. 11. No. 1. P. 135 (In Rus.).

Toffler A. (1970). Future Shock: Introduction to America's Technological Miracle. Moscow (In Rus.).

Yurkov D.V. (2016) Problems of Information and Psychological Security of the Society in the Context of Ensuring the National Interests of Russia in the Information Sphere. *Bulletin of the Russian University of Peoples' Friendship: state and municipal management*. No. 1. P. 46 (In Rus.).

■ ■ ■ Сущность информационной войны в региональном политическом конфликте и основные формы ее проявления

Муратова Ю.Д.

Казанский федеральный университет, Казань, Российская Федерация.

Аннотация. В научной статье рассмотрена роль информационной войны в современной политической практике и ее возможностей воздействия на ход политического конфликта. В ходе изучения проблематики сущности информационных войн в рамках политического конфликта автором были проанализированы одни из самых авторитетных в научном сообществе концепций отечественных и зарубежных теоретиков, среди которых большой вклад в исследование данной проблематики внесли И.Н. Панарин, А.В. Манойло, С.П. Расторгуев, С. Манн, Ф. Хоффман. Изучены подходы к понятию информационной войны в рамках научной дискуссии об уровне самостоятельности этого явления как отдельного вида войны. Информационная война рассматривается как инструмент «мягкой силы» для воздействия региональными политическими субъектами на иные суверенные государства с целью осуществления внешнеполитических задач. Исследованы компоненты информационной войны, в том числе современные технологии воздействия в киберпространстве, хакерские атаки на компьютерные системы, пропаганда.

Ключевые слова: информационная война, информационно-психологическое воздействие, кибернетическая война, политический конфликт, хакерские атаки, электронная война, информационные технологии, гибридная война

Для цитирования: Муратова Ю.Д. Сущность информационной войны в региональном политическом конфликте и основные формы ее проявления // Коммуникология. 2018. Том. 6. №1. С. 34-45. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-34-45.

Сведения об авторе: Юлия Джамилевна Муратова, аспирант кафедры конфликтологии Казанского федерального университета. Адрес: 420008, Казань, ул. Кремлёвская, 18. E-mail: iuliiia_muratova@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 08.02.2018. *Принята к печати:* 13.02.2018.

Информационные технологии на современном уровне развития создают широкие возможности управления политическими конфликтами как в масштабах одного государства, так и на региональном уровне. Данные технологии, активно применяющиеся в информационных войнах, имеют ряд преимуществ перед традиционными средствами борьбы благодаря своему массированному воздействию на моральное – психологическое состояние населения страны-противника или отдельных партий, движений и политических объединений. Особое преимущество информационной борьбы заключается в том, что спецслужбы неспособны своевременно выявить подобный вид воздействия и принять защитные меры

для обеспечения информационной безопасности. Информационная пропаганда, как неотъемлемая и значимая часть информационной войны, создает атмосферу безнравственности и бездуховности, дезориентирует население, контроль над которым становится невозможно установить мирными средствами. Самым опасным последствием подобного воздействия становится падение авторитета и легитимности государственных властей, против которых, зачастую, и направлены информационные атаки. Информационные технологии все чаще применяются с целью дестабилизации политических отношений между отдельными субъектами современной политики, провоцирования политического конфликта. Информационная война в политическом конфликте ориентирована, прежде всего, на внесение раскола в гражданское общество. Следствием ряда таких информационных мероприятий становится гражданская война, которая в условиях сложной внешнеполитической обстановки затрудняет принятие решений политической элитой из-за беспорядочных массовых протестных акций и беспорядков. Искусственно инициируемые столкновения на религиозной, этнической и национальной основе становятся фундаментом для возможного уничтожения существующего политического строя в данном государстве. Длительная пропаганда не только ведет к разрушению государства изнутри, но и снижает международный авторитет страны-противника, что впоследствии отражается на его отношениях с региональными партнерами. Информационная война все больше доказывает свою эффективность в достижение политических целей в регионе и способна нанести непоправимый ущерб тому, против кого она ведется.

Концептуальной основой теории информационной войны, по мнению автора научной статьи, является теория «мягкой силы» С. Мана. Термин «мягкая сила» широко вошел в лексикон политиков и ученых. Следует дополнить, что концепция внешней политики Российской Федерации от 12 февраля 2013 г. также основывается на идее, что «неотъемлемой составляющей современной международной политики становится «мягкая сила»¹. В данном случае, «мягкая сила» становится комплексным инструментарием для достижения политических целей, которую можно использовать перманентно как в условиях открытого вооруженного конфликта, так и в мирные периоды сотрудничества. «Мягкая сила» включает прежде всего те технологии, которые наименее затратны, обладают слабой распознаваемостью и высокой эффективностью в трансформации поведения политического противника не силовыми методами.

Но, вместе с тем, необходимо отметить, что в условиях усиления глобальной конкуренции, использование «мягкой силы» в целях оказания политического давления на суверенные государства приобретает деструктивный и противоправный характер. Подобную политику с использованием информационных технологий как метода «мягкой силы» можно интерпретировать как противоправное

¹ Концепция внешней политики Российской Федерации (утверждена президентом Российской Федерации В.В. Путиным 12 февраля 2013 г.) [электронный ресурс]: http://www.mid.ru/foreign_policy/official_documents/.

вмешательство во внутренние дела других государств, следствием чего является дестабилизация внутривнутриполитической обстановки, манипулирования общественным мнением и сознанием.

«Мягкая сила» рассматривается теоретиком как способность влиять на другие государства с целью реализации собственных целей через сотрудничество в определенных сферах, направленное на убеждение и формирование положительного восприятия [Март]. Таким образом, информационные войны с их возможностями манипулирования общественным сознанием, политической обстановкой и эмоциональным климатом в других государствах дают возможности для разрушения его политических и социальных ценностей без применения физического насилия.

Необходимо выделить три основные группы для определения понятия «информационной войны», представленные современными исследователями.

Авторы первой группы связывают «информационную войну» с отдельными информационными операциями. Необходимо отметить, что В.С. Пирумов определяет информационную войну не только как политическое противостояние с использованием информационно-коммуникативных методов, но и как совокупность мероприятий по защите информационного пространства собственной страны [Пирумов, Родионов]. Таким образом, информационная война становится новым видом борьбы, в котором не менее важным становится защита своего информационного ресурса. Важно также подчеркнуть, что в данном случае информационная защита в отличие от технологий информационной агрессии имеют более высокую значимость, так как не в зависимости от желания политического субъекта информационное воздействие может быть осуществлено даже в периоды благополучной и перспективной международной политики. В отличие от традиционной войны, информационная война всегда остается необъявленной и носит непредсказуемый характер. По мнению автора статьи, важно обратить внимание на тот факт, что периоды международного сотрудничества потенциально опаснее явных конфликтов, так как информационное вмешательство в «открытую» для международного контакта систему более осуществимо по сравнению с периодом острых противоречий, когда государства максимально активизируют все защитные механизмы физических и информационных ресурсов. Исходя из того, что информационная война носит перманентный характер, проблема информационной безопасности становится ключевой. Так, В.И. Цымбал добавляет, что информационная война являет собой новый способ политического противостояния [Цымбал]. Следовательно, с этой точки зрения информационная война становится инструментом политической борьбы во всех ее формах.

Авторов второй группы представляют специалисты по информационным технологиям военных ведомств.

Согласно мнению представителей военной науки, информационная война является процессом, который сопровождает вооруженное противоборство и не проводится в мирные периоды. Информационные операции являются дополнительным средством борьбы при активном применении военного оружия, которое позволяет в короткие сроки деморализовать противника. Во время боевых

действий важным является охранять информационное превосходство над противником, которое достигается своевременным принятием информационных контрмер, выработкой технологий информационной поддержки и защиты. Комов С.А., исследуя роль информационных операций в ходе боевых действий, обращает внимание на то, что они повышают эффективность военных действий, а процесс достижения политических целей становится более ускоренным [Комов].

Авторы третьей группы определений «информационной войны» считают ее явлением внешне мирного периода, целью которой является решение политических задач не силовым методом и предупреждение возможного политического конфликта [Крынина]. Таким образом, мнения о понятии «информационной войны» разделились по принципу: является ли это явление самостоятельным процессом или составной частью более широкого понятия. Обобщив вышеизложенные взгляды, нужно отметить, что информационная война одновременно может сопровождать военные действия и осуществляться, заменяя их. По мнению автора, информационная война является самостоятельным понятием. Несмотря на то, что она является одним из возможных путей поражения противника, и с этой точки зрения является средством, она имеет свои механизмы воздействия, приемы, средства и техники и, более того, ее возможности выходят далеко за пределы противостояния в политических конфликтах.

Мы видим, что единое мнение в научном мире относительно формирования точной характеристики такого явления как «информационная война» на данном этапе не завершено. Подобные дискуссии развиваются в рамках поиска единого терминологического подхода. Так, С.Н. Гриняев, С.А. Модестов, М.А. Родионов обращают внимание на то, что сам термин «информационная война» не совсем адекватен, и было бы более правильно называть этот вид военных действий информационной борьбой. Склоняясь к мнению второй группы, данный термин они объясняют тем, что информационная война является составной частью военного противоборства, а не самостоятельным процессом [Гриняев].

Военно-политическое руководство США на официальном уровне заменили термин «информационная война», таким термином, как «информационные операции» [Костюхин, Горбунов]. Это связано с тем, что в 1998 г. Генеральному секретарю ООН было направлено специальное послание, касающееся проблемы международной информационной безопасности от министра иностранных дел РФ. В послании особый акцент был сделан на необходимости предотвращения появления принципиально нового информационного оружия. Информационное оружие было отнесено к оружию массового поражения для решения принципиально новых конфликтов. Согласно исследованиям РФ, США уже владеет этим оружием, в то время как другие государства еще только осваивают информационные технологии¹. Таким образом, США может стать мировым лидером, имея

¹ Совместное заявление об общих вызовах безопасности на рубеже XXI века от 2 сентября 1998 г. // Дипломатический вестник МИД России, 1998 г., Октябрь, №10 [эл. ресурс]: http://www.businesspravo.ru/Docum / DocumShow_DocumID_62942.html.

монопольное владение этим оружием, с возможностью уничтожать национальные государства. Подобные заявления могли послужить причиной тому, что США прекратили использовать термин «информационная война», а в место него стали использовать термин «информационные операции».

В странах Западной Европы, термин «информационная война» заменен на термин «кибервойна», но наделяется он тем же содержанием и смыслом, которые приписывают «информационным войнам». Что касается русских специалистов, то здесь ситуация совершенно обратная: термином «кибервойна» пользуются осторожно [Антонович: 39-44].

Панарин И.Н. в своих работах больше применяет понятие «информационное противоборство», которое направлено на поддержание особого темпа проведения операции, превосходящего любой возможный темп противника. Такое превосходство позволяет доминировать во все время проведения информационной операции и оставаться непредсказуемым. Иными словами, информационное противоборство – это действие, направленное на опережение противника. [Панарин] И.Н. Панарин отмечает, что информационное противоборство – это не новое явление, и в своем развитии оно прошло множество этапов.

Также необходимо отметить, что в настоящее время имеется множество классификаций информационной войны и сфер ее применения, что создает сложности в том, чтобы дать ей точное определение, но, несмотря на это, эффективность информационных технологий остается бесспорной. Так, учитывая высокую роль информационных технологий в политических конфликтах, в число сфер ведения боевых действий, помимо земли, моря, воздуха и космоса теперь включается информационная сфера. Основными объектами поражения в данной сфере являются информационная инфраструктура и психика человека [Harley].

Однако, не смотря на разнообразие подходов, наиболее исчерпывающее определение «информационной войны», которое имеет высокий уровень признания в научных кругах, предложил американский теоретик М. Либики, выделив семь ее разновидностей: противоборство разведок и контрразведок, противоборство в электронной сфере, психологические операции, организованные стихийные хакерские атаки на информационные системы, информационно-экономические войны за контроль над торговлей, военное противостояние, кибернетические войны в виртуальном пространстве [Libicky]. Иными словами, можно сказать, что информационная война включает в себя интегрированное использование возможностей, среди которых выделяются психологические и компьютерные сетевые операции в качестве электронного оружия. В условиях военного политического конфликта информационные технологии способны обеспечивать операции с военной дезинформацией и дезорганизацией.

Психологический и идеологический аспекты информационной войны наиболее подробно рассмотрены в работах С.П. Расторгуева [Расторгуев]. По его мнению, основное преимущество информационной войны заключается непосредственно «в работе с глубинными смыслами и представлениями человека» [Расторгуев: 16]. По мнению автора статьи, такой вид воздействия, который можно

было бы назвать войной ценностей, меняя представления человека способен программировать его на определенный вид поведения в конкретной политической ситуации. Результатом таких процессов становится то, что «масса, убежденная в навязанных извне политических идеалах, становится практически неуправляемой для государственных властей» [Расторгуев: 32]. Исходя из этого, можно утверждать, что данный вид воздействия приводит к самым опасным социальным явлениям в условиях политического конфликта – выходу народных действий из-под контроля и началу массовых протестов. Иными словами, информационное воздействие и манипуляция политическими установками населения создает ситуацию нестабильности и резко сокращает шансы политического противника на выгодное для него разрешение политического конфликта. Но основной целью смыслового информационного воздействия в политическом конфликте, опираясь на взгляды Г.Г. Почепцова, является изменение расстановки политических сил в обществе.

Согласно концепции Манойло А.В., информационно-психологическая война с неограниченными возможностями воздействия на отдельного человека служит «средством достижения политических целей в масштабах одного государства или даже целого региона» [Манойло, Петренко, Фролов: 52]. В основе информационно-психологической войны, согласно рассматриваемой концепции, лежит «конфликт интересов субъектов геополитической конкуренции, целью которого является разрешение противоречий по поводу осуществления политического руководства в информационном пространстве и по поводу перераспределения их роли и функций в политической системе информационного общества» [Манойло, Петренко, Фролов: 22]. Таким образом, мы можем сделать вывод, что все открытые и скрытые информационные воздействия направлены на достижение информационного превосходства над противником, что находит свое выражение в нанесении ему идеологического и морального ущерба.

Данные положения идеально согласовываются с концепцией Почепцова, в которой «информационную войну нельзя рассматривать только как возможность технического вмешательства в информационные системы противника», так как она способна действовать на более сложных уровнях и вносить изменения в когнитивные, поведенческие и мыслительные процессы человека [Почепцов: 87]. В своей монографии «информационные войны» теоретик определяет цель такой войны как «внесение изменений в когнитивную структуру для того, чтобы получить соответствующие изменения в поведенческой структуре» [Почепцов: 96]. Согласно позиции автора, объектом информационной агрессии является поведенческий стереотип, доступ к которому открывается через когнитивную сферу. Исходя из этого, необходимо признать, что изменение поведенческой структуры могут реализовать как краткосрочные планы, которые могут быть связаны с формированием общественного мнения по отношению к государственным деятелям или политическим событиям, так и решать более сложные задачи, которые возможно осуществить с помощью информационно-коммуникативных технологий. Если поведенческая структура формируется на когнитивном уровне, вклю-

чая навыки и приемы мышления, то внесение любых изменений в когнитивную структуру общественного сознания на уровне целой страны, способно привести к непредсказуемым последствиям в поведенческом стереотипе населения.

Любая социальная система поддается разрушению, если «через когнитивный механизм меняется поведенческая структура, так как эти изменения способны парализовать системное управление» [Почепцов: 41]. Рассматриваемая теория использует категории «пропаганда», «психологические операции», «психотропное воздействие» в качестве форм ведения информационной войны. Геополитическая модель информационной войны не может быть рассмотрена вне базовых подходов политической психологии и конфликтологии, так как информационная война имеет человеческий фактор, так как ведется людьми и направлена на людей, в том числе и представителей политического или военного руководства.

Сравнивая несколько концепций, необходимо подчеркнуть, что Манойло А.В. в своих трудах рассматривал информационную войну с точки зрения ее возможностей осуществлять политическое противостояние в рамках геополитической конкуренции, в то время как Почепцов и Расторгуев исследовали явление информационной войны, прежде всего, как процесс воздействия на когнитивные структуры психики человека, анализируя глубинный механизм процесса трансформации психики человека, не ставя вопрос о целях подобных информационных мероприятий, так как в рамках указанных концепций, они могут широко варьироваться и выходить за пределы политических интересов. Данные концепции дают в симбиозе представления о направленности информационной войны, целях и методах ведения.

Рассмотренный психологический аспект информационной войны становится также составной части другой разновидности информационной войны, выделенной Либики – кибернетической войны. Снова обращаясь к идеям данного теоретика, необходимо обратить внимание на одну из его фундаментальных работ, изданной в 2009 году. В монографии «Киберсдерживание и кибервойна» В.М. Либики выдвигает основную свою идею: киберпространство является совершенно особым типом пространства, так как в нем атака осуществляется «не за счет порождения силы, а за счет использования уязвимости противника» [Libicky: 93].

Так, киберконфликт условно можно охарактеризовать как совокупность нескольких сфер: социальные медиа, стратегическая война, промышленный шпионаж с нанесением ущерба по информационной инфраструктуре и идеологическая борьба [Jajodia, Shakarian, Subrahmanian, Swarup, Wang]. Так, киберпространство становится новым полем борьбы для достижения военно-политического преимущества. Следствием является наблюдаемая тенденция во многих странах инвестировать финансовые ресурсы в контроль над интернет-пространством, особенно, в государствах с авторитарным режимом, где предпосылки для народных восстаний уже проявились. Интернет в таких случаях становится форумом для организации крупномасштабных акций.

Так, автор книги «Кибервойна: техника, тактика и инструменты для специалистов по безопасности» Дж. Андресс отмечает, что «программы контроля распро-

страняются только на оружие массового поражения: ядерное, биооружие, химическое оружие, в то время как кибероружие не признано опасным, так как не приводит непосредственно к смерти». Автор считает данную позицию ошибочной, потому что кибероружие способно подрвать национальную безопасность, экономический и политический базис. В данной работе предлагаются некоторые меры для защиты государства от кибероружия: выделять часть бюджета на обеспечение кибербезопасности, поддерживать образовательные программы и научные исследования в области кибертехнологий, расширение возможностей ситуационной осведомленности о возможных информационных инцидентах, разработка сценариев по управлению рисками и предотвращению угроз, обеспечение связи в чрезвычайных ситуациях, оставляя сеть нейтральной, разработка механизмов для получения информации о кибербезопасности [Andress, Winterfeld]. Важно признать, что на сегодняшний день планомерно ведется война с терроризмом, наркотиками, но практически ни одно государство не ведет серьезную борьбу с кибертерроризмом, что может обернуться международной катастрофой.

Автор рассматриваемой работы также выделяет то, что кибер-преступления чаще всего организовываются негосударственными акторами, способными подрвать политический порядок. К ним он относит террористические группы, хакеров, хактивистов и мошенников [Andress, Winterfeld]. Результатом становится ситуация, в которой новые современные технологии все больше заменяют физическое оружие и становятся доступными для негосударственных сил, что осложняет возможности контроля над ними. Такие группы могут преследовать как собственные цели, занимая ту или иную сторону в конфликте, либо тайно обеспечивать государственные интересы. По мнению автора, «основная цель кибертерроризма – нанесение ущерба крупномасштабной электрической сети или выведение из строя диспетчерского управления» [Andress, Winterfeld: 101] Все это вызывает волнение и беспокойство среди целевого населения, что открывает большие возможности для террористов.

Рассматривая техническую сторону информационной войны, необходимо сказать, что она также представляет собой форму конфликта, в процессе которой осуществляется прямая атака на информационные системы противника. Успех информационной компании зависит от эффективности выполнения ее стратегической и оперативной стороны. На оперативном уровне важно влияние на возможности врага принимать решения оперативно и эффективно, то есть создать условия для организации помех принятия решений противником. В результате таких операций противник не может действовать или вести войну координировано. На военном уровне техническими формами реализации цели становятся: война с использованием средств разведки, радиоэлектронная борьба, хакерская война. Радиоэлектронная борьба связана с созданием помех радиолокационным системам противника, что не позволяет ему получать информацию о боевых действиях и дезориентирует.

Необходимо отметить, что совокупность различных форм информационной войны, включая техническую, кибернетическую, электронную, психологи-

ческую, делает ее частью более широкого понятия – «гибридной войны». Теорию «гибридных» войн вывел бывший офицер морской пехоты и научный сотрудник министерства обороны США Ф. Хоффман. Автор концепции утверждает, что конфликты будут мультимодальными и вестись разными способами. По Ф. Хоффману, будущие угрозы можно охарактеризовать как «гибридное сочетание традиционных и нерегулярных тактик с использованием одновременно простых и сложных технологий, используемых как государствами, так и негосударственными акторами» [Hoffman]. Ф. Хоффман в статье, вышедшей в июле 2014 г., пришел к выводу, что первые разработки «гибридной» войны принадлежат России, так как именно она впервые использовала ее методы в 2008 году в Грузии [Hoffman]. В более ранних работах Ф. Хоффман доказывает, что «гибридная» война отличается своей связью с терроризмом, преступностью и криминальным порядком». Также автор подчеркивает, что нередко наркотики, контрабанда и торговля людьми становятся инструментами для подрыва легитимности правительства [Hoffman].

Выводы

Подводя итог, необходимо сказать, что информационная война в региональном политическом конфликте, которую также называют информационным противоборством или борьбой, включает в себя достаточно широкий арсенал средств информационного подавления политического противника. Новейшие разработки в области информационных технологий позволили вести борьбу на совершенно новых уровнях геополитического пространства: кибернетическом и электронном. Воздействие информационного оружия становится все сложнее контролировать, что ставит перед международным сообществом проблему информационной безопасности и защиты информационных ресурсов в отдельных странах. В политический конфликт, который изначально может вестись двумя сторонами, по причине широких возможностей информационных технологий, может включаться все большее количество участников, что значительно отодвигает границы конфликтного региона. Данный вид войны особо опасен своим деструктивным воздействием на все сферы общества, включая более тонкие материи, такие как психика человека, его ценности, чувство патриотизма и национального самосознания, которые, в свою очередь, являются важной составляющей политического выбора и поведения. Манипуляция сознанием населения политического противника и мирового сообщества в рамках регионального конфликта становится одной из самых важных технологий информационной войны, так как позволяет не только спровоцировать противоположную сторону конфликта на определенные политические шаги, но и создать выгодные внешние условия, при которых государства, имеющие к конфликту опосредованное отношение будут воспринимать его так, как это необходимо «провокатору» для повышения легитимности и признания собственных действий. Рассматриваемый вид борьбы позволяет странам, обладающим информационным превосходством, достигать своих политических целей как в военные, так и относительно мирные периоды.

Информационная война как технология мягкой силы становится неотъемлемой частью политического конфликта на региональном и глобальном уровне, благодаря своему «мягкому» воздействию, возможностью без применения силовых средств радикально менять политическую обстановку внутри страны-противника, снижая уровень легитимности действующих в ней властей, экономия материальных средств на традиционные виды борьбы и обеспечивая параллельно алиби от возможных обвинений в национальной агрессии и экспансионистских устремлений.

Источники

- Антонович П.И. (2011). О сущности и содержании кибервойны // *Военная мысль*. №7. С. 39-46
- Гриняев С.Н. (2000). Война в четвертой сфере // *Независимое военное обозрение*. №42. С. 7.
- Комов С.А. (1996). Информационная борьба в современной войне: вопросы теории // *Военная мысль*. №3. С. 73
- Костюхин А., Горбунов Г. (2007). Информационные операции в планах командования ВС США // *Зарубежное военное обозрение*. № 5. С. 14.
- Крынина О.Ю. (2009). Дефиниции понятия «Информационная война» анализ российского и зарубежного опыта // *Новые технологии*. № 3. С. 68–70.
- Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б. (2003). Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. Москва
- Панарин И.Н. (2006). Информационная война и геополитика. Москва
- Пирумов В.С., Родионов М.А. (1997). Некоторые аспекты информационной борьбы в военных конфликтах // *Военная мысль*. № 5. С. 44-47.
- Почепцов Г.Г. (2006). Информационные войны. Москва.
- Расторгуев С.П. (1998). Информационная война. Москва.
- Цымбал В.И. (1995). О концепции информационной войны // *Безопасность (информационный сборник)*. № 9. С.35
- Andress J., Winterfeld S. (2011). *Cyber Warfare: Techniques, Tactics and Tools for Security Practitioners* / ed. by A. Ward. Elsevier.
- Harley I.A. (1996). *Role of Information Warfare. Truth and Myths*. USA.
- Hoffman F.G. (2005) *Future Warfare: The Rise of Hybrid Wars*. USA. P. 18–19.
- Hoffman F.G. (2006). How Marines are Preparing for Hybrid Wars // *Armed Forces Journal*. JFQ: Joint Force Quarterly. P. 34–48.
- Jajodia S., Shakarian P., Subrahmanian V.S., Swarup V., Wang C. (ed.) (2015). *Cyber Warfare: Building the Scientific Foundation*. Springer Int. Publishing.
- Libicky M.C. (2009) *Cyberdeterrence and Cyberwar* [electronic source]: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/monographs/2009/RAND_MG877.pdf. RAND, USA.
- Mann S.R. (1997). The Reaction to Chaos. In: *Complexity, Global Politics, and National Security* / ed. by David S. Alberts and Thomas J. Czerwinski. National Defense University, Washington, D.C.

■ ■ ■ The Essence of Information Warfare in Regional Political Conflicts and the Main Forms of its Manifestation

Yulia D. Muratova

Kazan Federal University, Kazan, Russian Federation.

Abstract. The paper dwells upon the examination of role of information warfare in contemporary political practice and its ability to influence political conflict. The author analyses of some of the most authoritative concepts in the scientific community of domestic and foreign theorists. Besides, the author reveals the principal approaches to the concept of information warfare through scientific discussion on the level of independence of this phenomenon as a substantive type of warfare. The information warfare is as a tool of 'soft power' used by the regional political actors to influence on other sovereign states with a view to achieve certain objectives of foreign policy. The author explores all the components of the information warfare including modern technologies of influence in cyberspace, hacker attacks on computer systems and traditionally known information and psychological propaganda.

Keywords: information warfare, information-psychological impact, cybernetic war, political conflict, hacker attacks, electronic warfare, information technologies, hybrid warfare

For citation: Muratova Y.D. The Essence of Information Warfare in Regional Political Conflicts and the Main Forms of its Manifestation. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.1. P. 34-45. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-1-34-45.

Inf. about the author: Yulia Djamilevna Muratova, postgraduate student at the department of conflict management, Kazan Federal University. Address: 420008, Kazan, Kremlyovskaya st., 18. E-mail: iuliia_muratova@mail.ru.

Received: 08.02.2018. *Accepted:* 13.02.2018.

References

- Andress J., Winterfeld S. (2011). *Cyber Warfare: Techniques, Tactics and Tools for Security Practitioners* / ed. by A. Ward. Elsevier.
- Antonovich P.I. (2011). On the essence and content of cyber warfare. *Military thought*. No.7. P. 39-46 (In Rus.).
- Grinyaev S.N. (2000). War in the fourth sphere. *Independent Military Review*. No. 42. P.7 (In Rus.).
- Harley I.A. (1996). *Role of Information Warfare. Truth and Myths*. USA.
- Hoffman F.G. (2005) *Future Warfare: The Rise of Hybrid Wars*. USA. P. 18–19.
- Hoffman F.G. (2006). How Marines are Preparing for Hybrid Wars. *Armed Forces Journal*. JFQ: Joint Force Quarterly. P. 34–48.
- Jajodia S., Shakarian P., Subrahmanian V.S., Swarup V., Wang C. (ed.) (2015). *Cyber Warfare: Building the Scientific Foundation*. Springer Int. Publishing.
- Komov S.A. (1996). Information warfare in modern war: theory issues. *Military thought*. No. 3. P. 73 (In Rus.).

- Kostyukhin A., Gorbunov G. (2007). Information operations in the plans of the US Armed Forces. *Foreign Military Review*. No. 5. P.14 (In Rus.).
- Krynina O.Y. (2009). Definitions of the Concept of 'Information War': analysis of Russian and foreign experience. *The New Technologies*. No. 3. P. 68-70 (In Rus.).
- Libicky M.C. (2009) Cyberdeterrence and Cyberwar [electronic source]: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/monographs/2009/RAND_MG877.pdf. RAND, USA.
- Mann S.R. (1997). The Reaction to Chaos. In: Complexity, Global Politics, and National Security / ed. by David S. Alberts and Thomas J. Czerwinski. National Defense University, Washington, D.C.
- Manoilo A.V., Petrenko A.I., Frolov D.B. (2003). State information policy in the context of information-psychological warfare. Moscow (In Rus.).
- Panarin I.N. (2006). Information War and Geopolitics. Moscow (In Rus.).
- Pirumov V.S., Rodionov M.A. (1997). Some aspects of information warfare in military conflicts. *Military thought*. No. 5. P. 44-47 (In Rus.).
- Pochepstov G.G. (2006). Information wars. Moscow (In Rus.).
- Rastorguev S.P. (1998). Information warfare. Moscow (In Rus.).
- Tsymbal V.I. (1995). On the concept of information war. *Security*. No. 9. P. 35 (In Rus.).

КУЛЬТУРА ОБЩЕНИЯ И КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

CULTURE OF COMMUNICATION AND COMMUNICATIVE CULTURE

■ ■ ■ Социокультурные факторы, влияющие на развитие межкультурных коммуникативных компетенций в рамках системы управления и подготовки кадров для работы за рубежом (на примере иностранных служащих в России и Франции)

Цуканова Д.В., Шаронова С.А.

Российский университет дружбы народов, Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Процесс глобализации и трансформация индустриальной экономики в экономику, основанную на знаниях (информационное общество), открыли новые возможности для развития международных отношений в социальной, промышленной, культурной и торговой сферах, а также привели к усилению миграционных профессиональных потоков и необходимости освоения новых навыков межкультурного общения и внедрения новых управленческих методов. Выполнение и постановка управленческих задач в международном контексте зависит от социокультурных факторов, то есть конкретных обстоятельств, в которых принимаются решения.

Авторами представлен перечень социокультурных факторов, влияющих на развитие профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций. Эти факторы были выявлены в следствии анализа ответов участников социологического исследования «Профессиональный межкультурный диалог Россия-Франция» (метод полуструктурированных интервью и кризисных эпизодов). В статье поставлен вопрос об эффективности различных способов межкультурного образования, а также отношения сотрудников к ключевым проблемам межкультурных взаимоотношений.

В работе представлена модель универсальных межкультурных коммуникативных компетенций, построенная в соответствии с выявленными факторами и тем, каким образом эти факторы соотносятся с решением управленческих проблем подбора и подготовки сотрудников в рамках профессиональной деятельности за рубежом.

Ключевые слова: межкультурный, компетенция, социокультурные факторы, полуструктурированные интервью, критические эпизоды, триангуляция, межкультурное образование, межкультурная коммуникация

Для цитирования: Цуканова Д.В., Шаронова С.А. Социокультурные факторы, влияющие на развитие межкультурных коммуникативных компетенций в рамках системы управления и подготовки кадров для работы за рубежом (на примере иностранных служащих в России и Франции) // *Коммуникология*. 2018. Том 6. №1. С. 47-67. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-47-67.

Сведения об авторах: Дарья Владимировна Цуканова, аспирант РУДН, PhD Университета Бордо Монтень (Франция); Светлана Алексеевна Шаронова, доктор социологических наук, доцент Российского университета дружбы народов (РУДН). Адрес: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6. E-mail: dtsoukanova@gmail.com.

Статья поступила в редакцию: 14.01.2018. *Принята к печати:* 29.01.2018.

Процессы глобализации и трансформации индустриальной экономики в экономику, основанную на знаниях (информационное общество), открыли новые возможности для развития международных отношений в социальной, промышленной, культурной и торговой сферах. Глобализация также позволила профессионалам свободно перемещаться по миру и привела к усилению миграционных потоков трудовых ресурсов, а также необходимости освоения новых навыков межкультурного общения и внедрения новых управленческих методов.

Особенности управления под влиянием межкультурного и международного контекста обусловили необходимость создания образовательных программ для подготовки иностранных специалистов и развития межкультурных коммуникационных компетенций.

Выполнение и постановка управленческих задач в международном контексте зависит от межкультурной коммуникации и социокультурных факторов, то есть конкретных обстоятельств, в которых принимаются решения.

Эти факторы представляют собой такие общественные явления и процессы как социальная структура общества, традиции, нормы поведения, привычки, предпочтения, ценности, стиль жизни индивидуума.

Так, социальная структура является частью повседневной жизни человека. В профессиональном контексте именно она определяет условия взаимодействия людей, стиль руководства и подчинения, отличающиеся в разных странах.

Традиции и нормы поведения, привычки, предпочтения сотрудников являются результатом социально-ролевых ожиданий, присвоенных людям образовательными институтами общества.

Исследование

«Профессиональный межкультурный диалог Россия – Франция»

Для выявления тенденций развития профессиональной межкультурной коммуникативной компетенции в рамках управленческого процесса было проведено социологическое исследование «Профессиональный межкультурный диалог Россия-Франция» в период 2014-2016 гг. Был применен качественный метод индивидуального полуструктурированного интервью. Интервью состоялись в период с июня по сентябрь 2015 года в России и Франции.

Участниками интервью стали иностранные кадры (во Франции и России), с которыми автор исследования взаимодействовал во время своей профессиональной карьеры, в частности, в ходе создания международных проектов ассоциации «Центр Фестивалей Франция – Россия»¹.

¹ С 2010 года Ассоциация «Центр Фестивалей Франция Россия», руководителем которой является Цуканова Дарья Владимировна, автор исследования ««Профессиональный межкультурный диалог Россия-Франция», организует и проводит ряд проектов для продвижения русской культуры во Франции и французской культуры в России. Эта некоммерческая организация существует благодаря усилиям команды волонтеров, которые сумели проявить выдающиеся качества для расширения франко-русских связей, привлечения интереса публики и партнеров, как частных так и государственных структур в России и Франции.

Для создания выборки участников был использован принцип «снежного кома», соблюдая условие принадлежности к категории иностранных кадров в России и Франции. Гендерные и возрастные особенности не являлись частью принципов отбора.

Выборка участников соответствовала 4 институциональным группам:

– Дипломатические правительственные институты – политическое сотрудничество;

– Образовательные учреждения – академическое сотрудничество;

– Частный сектор – экономическое сотрудничество;

– «Ассоциации и общественные организации – социальное сотрудничество.

Данное исследование основано на предположении, что все межкультурные отношения в профессиональном контексте за рубежом представляют собой приспособление поведения индивидуумов в ходе коммуникации как на межличностном, так и организационном уровнях. Исследование также учитывало тот факт, что процесс адаптации кадров за границей может базироваться как на различиях, так и на поиске сходств, которые могут послужить основанием для принятия управленческих решений и выстраивания эффективных межкультурных отношений.

Анализ результатов

В основе анализа историй и мнений участников исследования лежит *гносеологический конструктивистский подход* [Blanchet, Gotman: 73], с точки зрения которого субъект строит свои знания, основываясь на действиях в материальном мире. Благодаря опыту интервьюируемых мы можем создать научное представление о практике межкультурной коммуникации за границей в профессиональном контексте.

Для анализа результатов исследования был использован метод погруженного теоретизирования и анализ контента. По словам французского методолога Лоренса Бардина [Бардин: 47], данный способ интерпретации текстов представляет собой *«набор техник нарративного анализа, который позволяет систематизировать информацию и, выделив заданные параметры и индикаторы (количественные или качественные), сделать логический вывод относительно проблематики исследования»*.

Для достижения точности трактовки наших интервью мы прибегли к процессу триангуляции [Кошарная: 118; Miles, Huberman]. В контексте нашего исследования этот метод заключается в поиске минимум трех подтверждений (или опровержений) предположений (гипотез) в соответствии с собранными данными в трех плоскостях: личностной, межличностно-организационной и временной.

– Первая плоскость исследования касалась личностного пространства. Он отсылает нас к понятию множественности человеческой личности и его статусу. Когда человек отправляется жить за рубеж с профессиональными задачами, он понимает, что новая культура, с которой он сталкивается, отличается от его

родной не только в национальном плане, но и в институциональном: культура профессии, культура на предприятии, управленческая культура, профсоюзная культура и т.д. Человек узнает новые социальные ситуации, совершает новые встречи, испытывает изменения, задействующие различные аспекты его личности, в частности, развитие новых качеств [Benнет: 85].

– Второй плоскостью являются взаимоотношения в межличностном и организационном планах. Развитие межкультурных коммуникативных компетенций происходит в ходе межличностных соприкосновений, что представляет собой *критические эпизоды*, часто конфликтные ситуации [Flanagan: 356]. Такие моменты демонстрируют способности человека адаптироваться под влиянием нового контекста взаимоотношений (коммуникации) на работе, что впоследствии приводит к изменениям как на уровне индивидуальном (отношение, мотивация, система ценностей), так и на уровне организационном (коды поведения в компании, правила общения в группе, требования по отношению к профессиональной компетентности).

– Третья плоскость касается вопроса времени. Темпоральный вопрос является очень важным в развитии межкультурных коммуникативных компетенций. Время требуется для обретения уверенности в себе, развития статуса личности по отношению к коллегам и подчиненным, иностранным партнерам, приобретения опыта и новых знаний, освоения новых правил поведения и установление отношений на межличностном и профессиональном уровнях и т.д. [Geertz].

Автор исследования исходил из позиции о том, что процесс межкультурной трансформации распределяется на три этапа профессиональной карьеры за границей: до отъезда за рубеж, во время пребывания за границей или во время соприкосновения с иностранной культурой и по окончании зарубежного проекта.

Проблематика (исходный вопрос)

В соответствии с этими тремя уровнями была сформулирована проблематика (исходный вопрос) исследования следующим образом:

От каких социокультурных факторов зависит стратегия управления коллективом за рубежом и каким образом эти факторы влияют на развитие или торможение профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций? При помощи каких образовательных стратегий и в какой срок можно повлиять на формирование этих компетенций и присвоение профессионального межкультурного опыта у иностранных кадров (на индивидуальном и групповом уровне)? Каким образом мы можем оценить эффективность программ межкультурного обучения?

Для решения выявленной проблематики было предложено несколько гипотез (утверждений), которые предстояло проверить в ходе выбранного качественного метода исследования при помощи «полуструктурированных интервью», которые составляют основу эмпирической модели исследования.

Гипотеза 1: Межкультурное развитие происходит во времени через совершаемые человеком действия.

Гипотеза 2: Межкультурное развитие происходит через опыт взаимодействий, в частности, в моменты кризисных ситуаций.

Гипотеза 3: Межкультурное развитие важно для эволюции статуса индивидуума на двух уровнях – «личностном» и межличностно-организационном.

Социокультурные факторы, влияющие на развитие профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций

Исследование «Профессиональный межкультурный диалог Россия – Франция» позволило выявить «социокультурные факторы управленческого процесса, которые являются благоприятными или, наоборот, мешающими развитию профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций».

Гипотеза 1 – временные рамки.

Сначала были проанализированы ответы относительно гипотезы №1, касающейся временных рамок. Для большинства респондентов как русских, живущих во Франции, так и французов, живущих в России, важным приоритетом в адаптации к новой жизни за рубежом является инфраструктура и социальная жизнь в новой стране. Это касается различных вопросов в плане получения визы, поиска жилья, обустройства семьи в новой стране, налаживания повседневной жизни в городе. В среднем на этот процесс уходит около 6 месяцев.

«Первый месяц мне понадобился, чтобы понять, где я живу, где расположены магазины, где находится детский сад для моего ребенка. Я не очень требовательный человек, но у меня есть список минимальных нужд, без которых просто невозможно привыкнуть к новой жизни», – отмечает руководитель Департамента стажировок Российского центра науки и культуры в Париже.

На втором месте среди приоритетов является изучение или усовершенствование иностранного языка, необходимость владения языком хотя бы на минимальном уровне. Причем этот приоритет рассматривается участниками исследования в двух аспектах – как на уровне адаптации к социальной жизни в стране, так и на уровне адаптации к работе в иностранном коллективе.

«Я работаю на английском языке. И мои русские коллеги также владеют в совершенстве английским языком. Однако я думаю, что начать совещание на русском языке, спросить «как дела?», пошутить, – все это способствует установлению лучшего контакта. Такой навык помогает сократить культурную дистанцию, расположить коллег. Даже самая маленькая фраза, одно слово может создать новую связь», – рассказал коммерческий директор французской продуктовой компании.

Относительно управленческих вопросов и аспектов внедрения в новый коллектив большинство участников исследования отметили, что приоритетом является установление личностного контакта с подчиненными. *«Необходимо установить климат доверия и немного выйти за пределы рамок. Интеграция наших сотрудников – очень важный процесс. То, как мы это делаем, повлияет на результат и на время получения этого результата. Вот конкретный пример: когда я набирал*

коллектив менеджеров для работы в Краснодаре, я пригласил их в наш офис в Москву для обмена опытом на два месяца. В день их прибытия, мы послали за ними такси в аэропорт, отвезли в отель. Потом отправились на прогулку по Москве, я показал им наше представительство компании в Москве, а вечером мы отправились во французский ресторан. Для них пойти в ресторан с начальником было удивлением. Мой приоритет состоял в том, чтобы показать моим подчиненным французский характер компании. Я думаю, что для русских это очень важно, особенно потому что русский человек очень восприимчив к взаимоотношениям с людьми», – директор французской марки одежды для детей.

Участники интервью указали на важность постановки задач и целей во времени. Успешность реализации поставленных задач, согласно большинству опрошенных, зависит от установленных временных рамок, от четкости намерений и сплоченности коллектива. При этом скорость выполнения задач и целей сильно отличается в России и Франции. *«Для компаний в России нужно работать очень быстро, чтобы воспользоваться возможностью момента. В то время как во Франции процессы идут гораздо медленнее. Мы уделяем гораздо больше времени на каждый из проектов. Здесь, если нужно предоставить документы, то нужно это сделать быстро. Быстро провести переговоры, быстро подписать договор, быстро поставить товар. Во Франции мы совершенно не приучены к такой спешке»*, – делится опытом менеджер медицинской французской компании в Москве.

Исследование показало, что выбор приоритетов, так же как постановка и исполнение задач и целей кадров, живущих за рубежом, происходит на трех временных этапах – до отъезда, во время первого соприкосновения с новой культурой и после завершения проекта. *«Дело в том, что планка постоянно отодвигается в течение жизни. 10 лет назад была одна планка, сейчас другая. Она отодвигается, и ты идешь за ней. Поэтому все эти годы важны»* – рассказал начальник научного отдела Российского Центра науки и культуры в Париже.

Другим важным фактором, относящимся ко времени, стало значение возраста уезжающих за рубеж кадров. В результате проведенного анализа мы обратили внимание, что средний возраст сотрудников, работающих за рубежом, составляет 25-40 лет. Для руководящих должностей средний возраст 35-45 лет. Для кадров среднего звена – 25-30 лет. Ученые, сотрудники университетов, научные работники, стажеры уезжают в возрасте 25-40 лет. Дипломатический корпус – напротив, 40 лет и выше. Интервьюируемые ответили, что влияние возраста на скорость адаптации и развития коммуникативных компетенций очень важно. Так, интервьюируемые, уехавшие за рубеж в молодом возрасте до 25 лет, практически не испытали сложностей в ассимиляции к новой среде. Причем процесс формирования новых компетенций и преодоление культурного шока проходили безболезненно. По мнению участников исследования, чем моложе возраст, тем меньше необходимости в сопровождении специалистов. Однако стоит отметить, что кадры, уехавшие за рубеж в молодом возрасте или начавшие работать над проектами международного сотрудничества в юном возрасте, имеют больше времени на освоение и понимание новой культуры.

«Многое зависит от возраста, в котором вы приезжаете в другую страну. Чем моложе, тем легче. В 20 лет ты гораздо быстрее адаптируешься и воспринимаешь новую культуру. Ты более открытый, у тебя нет барьеров, принципов, суждений. А в более старшем возрасте, с опытом, появляются принципы, которые остаются с тобой», – рассказывает переводчик – лингвист, работающая во Франции 15 лет.

Гипотеза 2 – кризисные ситуации.

Для определения второй группы факторов, влияющих на развитие профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций была использована гипотеза №2, предполагающая, что культурное развитие человека происходит через опыт взаимодействий в моменты кризисных ситуаций [Flanagan]. Для анализа данного параметра было необходимо определить степень критического отношения и наличие осознанности сотрудников в моменты пережитых стрессовых ситуаций. Для этого мы изучили более 60 кризисных эпизодов. Необходимо отметить, что изначально мы обращались к участникам интервью с просьбой поделиться с нами знаковыми событиями, не акцентируя внимание на их позитивной или негативной окраске. Но, как мы и предполагали, две трети историй оказались со знаком «–». Это указывает на то, что для большинства опрошенных межкультурные взаимодействия связаны в большей мере с преодолением сложностей и препятствий как в профессиональной сфере, так и в личной, чем с преимуществами, которые им может подарить межкультурное общение. Об этом мы скажем подробнее в заключении данного исследования.

Изученные нами эпизоды в большинстве своем ориентированы на межличностные отношения как в профессиональной сфере (55% историй), так и в личной (45%).

Для анализа ответов респондентов мы выбрали вопросы, касающиеся их действий в ходе стрессовых ситуаций; последствий, к которым привели эти действия, т.е. фактическому результату; а также относительно критического восприятия ситуации и оценки кадрами уверенности в себе и своих способностях [Erzberger, Kelle: 458].

Почти все участники исследования согласились с тем, что пережитый опыт участвует в развитии осознанности и критического видения ситуации [Piajet].

«Первые шесть месяцев после моего переезда в Россию были временем открытий. Действительно, все шло наперекор привычному для меня образу жизни. И каждая встреча оказалась для меня знаковой, фундаментом моей интеграции в российское общество. Я в России уже 20 лет, сейчас моя жизнь похожа на рутину. Но я уверен, что, как только человек оказывается в опасности, он мобилизует свои силы и обретает новые способности. Столкновение с неизвестным – вот что рождает новые компетенции», – профессор истории в Лицее Александра Дюма (Москва).

Критические ситуации являются настоящими рычагами, способствующими развитию новых качеств в человеке как на профессиональном поприще, так и в личной сфере [Flanagan].

Мы пришли к выводу, что такие ситуации способствуют созданию новых моделей поведения (проведение совещаний, организация взаимоотношений с подчиненными, форматы профессионального общения, выбор средств общения (электронная почта или прямые контакты и т.д.) и формированию нового отношения к вопросам восприятия иностранной культуры.

«В последнее время мы работаем над внедрением программного обеспечения по закупкам продукции. Я являюсь шефом этого проекта и руковожу командой маркетологов. На первом совещании, посвященном этому проекту, я выступил с объяснительной речью. Сделал я это так, как обычно поступал во Франции. Не вдаваясь в детали, я в общем представил оборудование и объяснил наши цели, задачи. Это корпоративный процесс, им руководит Франция. И объяснить подробности мне не представлялось нужным. На следующий день я получил отклик от команды о том, что моя речь совсем не воодушевила сотрудников. Изначально я хотел избежать рассеивания информации, а получилось, сломал их энтузиазм. Люди почувствовали себя просто маленькими исполнителями и ничего больше. Тогда я поменял стратегию. Я решил устроить обсуждение, как мы будем работать. Я как бы ушел на второй план, давая другим возможность высказаться. Я также понял, что нужно вести прямой диалог, а не по переписке. Ведь во Франции мы любим закреплять принятые решения отправкой e-майла. А здесь это не всегда работает. Нужно живое общение. Для меня это стало важным и серьезным уроком. Манера руководить во Франции очень отличается от России. Как найти баланс между тем, чтобы дать людям свободу действия, сделать их автономными и одновременно ограничить рамки, чтобы контролировать процесс и быть уверенным в результате», – финансовый директор крупной французской парфюмерной компании в Москве.

Одним из ключевых факторов является выход из привычной зоны комфорта, столкновение с непривычным [Pedersen: 176].

«Жить и работать в чужой стране – это всегда риск и неуверенность. Многие предпочитают остаться во Франции, в их привычном бюро. И, наверное, поэтому во Франции столько проблем сегодня. Когда мы не привычны к изменениям, то не умеем и адаптироваться... Посмотрите, например, иностранный язык. Я постоянно жонглирую между английским, французским, русским. Нужно уметь быть гибким на всех уровнях. ...Уметь с легкостью принимать трудные ситуации. За границей приходится больше бороться – на работе, в метро...», – французский трейдер Газпромбанк.

В этом процессе важную роль играет эмоциональная устойчивость человека, так называемая эмоциональная интеллигентность [Geertz].

«В развитии межкультурной компетенции очень важную роль играет открытость к новой культуре. Это так называемый эмоциональный интеллект, т.е. умение направлять и контролировать эмоции. Моему ребенку два года и несколько месяцев назад он серьезно заболел. Мы с женой очень переживали. К тому же, мы совершенно не говорим по-русски. Мы вызвали врача, который, мягко говоря, не очень хотел с нами разговаривать. Ситуация была очень напряжен-

ной, я бы даже сказал, агрессивной. Ведь мы хотели, чтобы нам уделили внимание, объяснили, что происходит и как можно скорее помогли нашему малышу. Но врач был спокоен и никуда не торопился, никакой эмпатии, без эмоций. Раздражение росло. И тогда я предложил жене попробовать другой, более личностный подход. Тогда я спросил у врача, в какой клинике он работал, какова была его специализация. Я также сказал ему, что мой отец тоже врач, что его профессиональная карьера была очень похожа. И потихонечку мы сломали лед. Врач смягчился и пошел на контакт. Мы начали общаться немного на английском, потом на русском...», – коммерческий директор филиала французской продуктовой компании в Москве.

Участники исследования также указали на то, что в моменты кризиса человеку не всегда удается проанализировать сложившуюся ситуацию. Что осознание произошедшего приходит после и ценность урока зависит от способности человека применить полученный опыт.

«Все приходит с опытом и с его осознанием. После неудачного собеседования при приеме на работу во Франции я усвоила очень важный урок того, как нужно себя вести во время приема на работу. В России я работала 4 года. Я сотрудничала с представителями разных профессий – адвокатами, менеджерами, директорами компаний. Я считала себя достаточно компетентным кадром, уверенным в себе и своих способностях. Много критиковала менеджмент нашей компании, высказывала свое мнение. Была достаточно категоричной в своих суждениях. Но, оказавшись во Франции и провалив интервью, я поняла, что не должна так себя вести и также не должна импровизировать. Я должна прийти на собеседование хорошо подготовленной, с хорошо заученными фразами, подготовленными заранее. Это я поняла не сразу. А лишь год или два спустя, когда эмоции улеглись», – переводчик, менеджер логистической компании, Франция.

Проанализировав критические эпизоды, мы выявили перечень межкультурных сложностей (факторов), влияющих на развитие профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций.

1. Языковые проблемы (80% ответивших).
2. Изоляция и ощущение одиночества, эксклюзивности.
3. Отличия в манере функционировать, среди которых такие категории, как перспективное планирование, уважение иерархии в противовес независимости суждений.

В результате анализа мы можем прийти к выводу, что ситуации кризиса, безусловно, влияют на формирование межкультурных коммуникативных компетенций. Однако, в зависимости от уровня осознанности и критического мышления человека, эти ситуации могут оказать как тормозящее, так и способствующее развитию действие.

Гипотеза 3 – эволюция статуса индивидуума.

Третьим ориентиром в определении факторов, влияющих на развитие межкультурной коммуникативной компетенции, стала гипотеза о важности эволюции статуса индивидуума на двух уровнях: индивидуальном и межличностном.

Мы предположили, что ключом к решению данной задачи может стать мотивация, зависящая как от экономических, так и от нематериальных факторов, например, признания статуса личности.

Для изучения данного параметра мы проанализировали ответы участников исследования на вопросы об индивидуальной мотивации человека, о важности личностных качеств таких, как уверенность в себе и в своей компетентности.

«Успех выражается в степени удовлетворенности тобою и твоими партнерами проведенным проектом, это первое. А второе – ощущение пользы с глобальной точки зрения – нужно это твоей стране. Мотивация и позитивное отношение к новому – культуре, новым знаниям, новым традициям – способствует более интенсивному развитию межкультурных навыков и интеграции», – отвечает сотрудник Российского Центра науки и культуры в Париже.

Однако наличие мотивации является важным, но не единственным условием межкультурного развития. Иногда, напротив, отсутствие или потеря мотивации может способствовать смене ориентиров и дать толчок для нового развития.

«Мотивация – побуждение к действию. Для меня это ключевое слово. Знаете, я почти сразу потеряла интерес к обучению в Сорбонне. И дело не в том, что я не хотела продолжать обучение. Но... в том, что я не чувствовала результативности. Я видела, как в рамках моей учебы другие студенты-иностранцы на протяжении двух и более лет обучения не достигли никаких результатов. Еще думаю, что мотивация – это ответственность. В течение четырех лет работы в бутике люкс я видела разных сотрудников. Некоторые с очень хорошими навыками и опытом увольнялись. По разным причинам. А бывало, что другие совсем без опыта, но с большой мотивацией и смелостью за принятие инициативы добились очень больших успехов. Это очень важно – уметь изменить ориентир. Ведь, когда человеку подходит дело, то мы сразу видим его результат», – русский менеджер бутика в городе Бордо.

В ходе анализа интервью мы изучили важность мотивации, исходящей от собеседников и партнеров по работе на межличностном организационном уровне. По мнению отвечающих, мотивация во взаимоотношениях между иностранцами напрямую зависит от личной заинтересованности человека.

«Я занимаюсь Францией с 17-ти лет, эта страна мне очень близка и это мне очень сильно помогает. Как в любом общении, когда тебе нравится человек или город, ты изначально к нему расположен, а он к тебе, то легче и жить, и работать. Поэтому мой личный опыт – это опыт открытости и позитива, который помогает», – делится сотрудник Российского Центра науки и культуры в Париже.

Мы увидели, что лингвистические факторы и оценка лингвистического уровня являются показателем мотивации собеседников для выстраивания взаимоотношений и сотрудничества. Так, ответы кадров, работающих как в России, так и во Франции, показали, что «признание» компетентности профессиональной личности может выражаться через требовательность к уровню владения языком.

«Вы знаете, это настоящий парадокс. Когда я приехала во Францию в 2008 году, будучи студенткой, мне все говорили: «О, как хорошо вы говорите по-французски!» А сейчас все по-другому. Мне уже не говорят, что я разговариваю хорошо. Мне

скорее указывают на мой акцент и т.д. Сейчас меня как будто меньше ценят. Я думаю, что это связано с тем, что раньше я была студенткой, а теперь я представляю конкуренцию. Раньше я была проездом, а теперь мой статус поменялся. И сейчас я чувствую себя больше иностранкой, чем раньше. Хотя уровень моей компетенции выше», – преподаватель русского языка в Университете Бордо Монтень.

Точно также как в личностной сфере – отсутствие мотивации на межличностном уровне может привести к развитию новых компетенций.

«Первое, что мне сказал человек из Общества Мартинеса Паскуаля – что сначала он не хотел отвечать на письмо, предполагая, что это спам. Во-вторых, этот человек сказал, что они посмотрели, что пишут в Интернете о моей стране, что она очень закрытая, и лучше не связываться. Это к вопросу о стереотипах французов о нас. Я столкнулся изначально с очень настороженным отношением, что я едва ли не провокатор. И довольно сложно было объяснить, что я просто нашел интересные для меня и для них вещи. На тот момент я был единственным исследователем этих вопросов в Белоруссии, в силу языкового барьера. Я ни в ком случае не обиделся на такую реакцию и попробовал выстроить конструктивный диалог. Я предложил некий обмен – я нахожусь в Минске, разобрался с этими коллекциями и могу с ними работать и являюсь своего рода внештатным корреспондентом французской стороны и могу на месте этим заниматься. Потом они мне стали ставить конкретные вопросы по архивам, на которые я мог им ответить. Для меня это стало дополнительным мотивом для работы. Я начал свободно читать французские документы XVIII-XIX вв., что раньше мне было очень сложно. Это были рукописи, неразборчивый почерк, и у меня появился мотив с этим разобраться, и я подготовил несколько публикаций на эту тему. Что мне это дало – на всех минских конференциях за мной закрепилось представление, что я единственный разбираюсь в масонских архивах. Что лично дало мне – я получил профессиональный рост», – рассказывает профессор Белорусского Государственного университета.

А вот пример из жизни французского трейдера, приехавшего в Россию для работы в банке. «Когда я приехал в Россию, я тут же окунулся в реалии современной жизни. С точки зрения быта, я не испытал никаких сложностей. Но вот с точки зрения работы, все проходило очень сложно. Мои первые месяцы были очень трудными. Меня просто бросили в речку и сказали: «Плыви!». Никакой подготовки, объяснений, мотивации или заинтересованности не было. Ничего! И мне было очень тяжело. Я не знал ни своих обязанностей, ни целей, ничего. Но постепенно я втянулся. И когда настал ключевой момент (я должен был найти инвестора во Франции), я уже знал систему изнутри», – трейдер Газпромбанк.

Мы также поинтересовались мнением сотрудников относительно условий, влияющих на статус личности за рубежом. Среди изученных нами факторов можно выделить сходства и различия культур.

По мнению участников исследования, отношения строятся поэтапно. Сначала представители различных культур ищут сходства, так как им важно обрести доверие и увидеть в собеседнике похожую на себя личность.

«Все идет от желания понять и увидеть элементы, похожие на «свои». Мы всегда сравниваем магазины, фильмы, телепередачи. Вспомните истории первооткрывателей XIX века – путешественники всегда строили описание мира на сходствах в религии, политической системе и т.д. В современном мире то же самое. Мы знаем, что различия существуют, но ищем сходства», – историк, руководитель языковой школы, Москва.

В ответах, полученных в ходе исследования, мы увидели разделение мнений 50% на 50%. Для большинства интервьюируемых факт интеграции подтверждается стиранием границ, разделяющих культуры.

Интересным также представляется мнение о том, что различие культур может быть компенсировано сходством интересов.

«Кто-то в одном очень интересном интервью сказал: «профессор из одной страны хорошо поймет профессора из другой страны, но у него будут проблемы с рабочими... и точно также рабочие хорошо поймут друг друга, но не поймут профессора». Мы все разные. Я много путешествовала, есть люди твоих интересов, и ты их поймешь в любой стране», – отмечает художник и биолог из Швейцарии.

Но для многих уникальность собственной культуры остается главным инструментом выстраивания отношений. «Я часто играю на том факте, что являюсь француженкой. «Играю» – значит пользуюсь,ставляю на показ. И люди меня всегда встречают с распростертыми объятиями. Это ведь моя оригинальность, уникальность, дополнение», – рассказывает официальный представитель французской общественности в России, самая молодая женщина политик.

«Однажды я готовил конференцию в Гонконге, будучи представителем русской компании. И каждый раз я пользовался тем, что я француз. Знаете, ведь азиаты очень спокойные. Они следуют протоколу, правилам вежливости. Мanners в их культуре очень важны. Например, они дают визитную карточку всегда определенным образом. А русские совсем другие. И в сложных ситуациях моя французская натура всегда спасала и помогала построить мостик. Вот вам и различие культур», – французский трейдер Газпромбанк.

В продолжение анализа условий, влияющих на эволюцию статуса личности за рубежом, мы выделили восприятие страны и культуры пребывания, стереотипов и традиций.

Мнения участников исследования разделились пополам. 50% утверждают, что стереотипов стоит сторониться и избегать, вторая половина, наоборот, полагает, что стереотипы – это важный источник знаний и что в профессиональном контексте может играть очень важную роль.

«Когда много путешествуешь, понимаешь, что клише имеют место быть, и они имеют под собой основу. Если я говорю иностранцу – русская, мне второе слово говорят – водка. И ведь в России действительно пьют много водки, хотя моя семья в нескольких поколениях не пьет даже вина. Если про швейцарцев говорят, что они трудолюбивые – так это так и есть, некоторые работают по 16 часов в сутки. Я клише рассматриваю в целом, а отдельного человека – отдельно», – утверждает русский биолог, работающий в Швейцарии.

«В России это абсолютная правда (смеется)! Это, конечно, обобщенная информация, но правдивая. Русские очень холодные и закрытые снаружи. Поэтому первые контакты с ними всегда очень враждебные. Но во всех отношениях существует момент, который может случиться в любую секунду, когда наступит изменение. И из человека холодного и безразличного русский превращается в человека очень симпатичного и дружелюбного. Это случается часто, практически каждый день».

Стереотипы рождаются благодаря средствам массовой информации. По мнению респондентов, именно стереотипы создают мнение о культуре и стране. Мы также заметили, что существует путаница в понимании значения стереотипов и культурных кодов и традиций. Именно эта путаница и рождает неравнозначное отношение к стереотипам. Некоторые кадры сторонятся и всячески их избегают, так как считают источником лживой информации, а некоторые, наоборот, считают важным знать и понимать стереотипы.

«Традиции – часть культуры. В них нет ничего плохого. А вот стереотипы – это представления о культуре, которые иногда могут носить и негативный характер. Приезжая в новую страну, нужно стараться держаться как можно более нейтральной позиции. Мы должны сами узнавать настоящие традиции, без искажений», – представитель Французской торговой палаты в Москве.

Именно стереотипы, а не традиции и культурные коды влияют на формирование статуса личности в иностранном контексте, так как являются источником представлений о стране.

«Мы живем в мире информации. И все большее количество людей находят- ся под влиянием телевизора. Часто в процессе подготовок стажировок за рубежом я наблюдаю один и тот же вопрос, навеянный французским ТВ: «А безопасно ли в России?». Каждый раз я пытаюсь успокоить студентов, уверить их в том, что бояться нечего. С другой стороны, у французов есть представления о прежней России, созданные благодаря книгам и фильмам. Эти идеи в основном созданы старым поколением французов. Для них Россия – сильный президент, Вторая мировая война, балалайки, матрешки и т.д. И есть те французы, которые смотрят современное русское телевидение и формируют свое мнение о нашей культуре. Например, они смотрят программу «Давай поженимся», концерты Стаса Михайлова. Это, по их мнению, помогает учить русский язык...», – руководитель отдела стажировок Российского Центра науки и культуры в Париже.

Модель универсальных профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций

Выявленные нами социокультурные факторы, влияющие на развитие профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций [Barmeyer], позволили предложить перечень универсальных профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций.

В процессе отбора компетенций мы опирались на ответы участников интервью и на данное нами определение термина «профессиональные межкультурные коммуникативные компетенции», а также на корневое значение термина «компетенция», означающее в переводе в латинского языка «способность соответствовать» [Crescentini, Crohas].

Таким образом, мы пришли к следующей модели в соответствии с социокультурными факторами управленческого процесса в рамках работы за рубежом [Bourdieu, Passeron].

Группа факторов №1 – временные рамки.

Становление профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций в рамках данной группы происходит через такие критерии, как правильная расстановка приоритетов, четкость постановки и скорость выполнения задач, учет возрастных особенностей (Таблица 1).

Таблица 1. Становление профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций: временные рамки (Development of Intercultural Communication Skills: time constraint)

Критерий	Компетенция
Расстановка приоритетов по степени важности: – налаживание инфраструктуры; – преодоление языкового барьера; – установление личных контактов.	Требовательность к себе и к окружению; Информированность о социальном функционировании; Открытость; Преодоление страха неизвестности; Преодоление неуверенности в себе; Искренность; Коммуникабельность; Владение иностранным языком.
Четкость постановки и скорость выполнения задач: – временные рамки; – четкость намерений; – сплоченность коллектива.	Организованность; Четкость; Ясность в формулировке целей и намерений; Умение планировать; Умение работать в коллективе; Быстрота реакции.

Группа факторов №2 – кризисные моменты.

Становление профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций в рамках данной группы происходит через такие критерии, как реакция и критическая осознанность в моменты кризиса.

Группа факторов №3 – роль эволюции статуса профессиональной личности.

Становление профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций в рамках данной группы происходит через такие критерии, как наличие или отсутствие мотивации, восприятие и влияние стереотипов, культурных традиций, выстраивания отношений с позиции сходств и различий культур, оценка своих способностей и отношения к культуре.

Таблица 2. Становление профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций: кризисные моменты (Development of Intercultural Communication Skills: crisis management)

Критерий	Компетенция
Опыт взаимодействий в моменты кризиса: – критическая осознанность; – выход из зоны комфорта.	Аналитическое мышление; Осознанность и реалистичность; Гибкость; Эмоциональная устойчивость; Решимость / способность действовать; Открытость; Приспособляемость; Умение преодолевать риск; Независимость от контекста.

Таблица 3. Становление профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций: роль эволюции статуса профессиональной личности (Development of Intercultural Communication Skills: role of professional personality profile development)

Критерий	Компетенция
Эволюция статуса профессиональной личности: – наличие/отсутствие мотивации; – восприятие стереотипов, культурных традиций; – выстраивание отношений с позиции сходств/различий; – оценка своих способностей; – восприятие новой культуры.	Расположенность к общению в рамках новой культуры; Осознание значимости собственной культуры; Уверенность в собственных профессиональных и личностных качествах; Решительность в действиях и в принятии решений; Доброжелательность; Уважение; Умение доверять; Умение адаптироваться; Умение принимать различия; Терпимость; Умение трактовать стереотипы.

Выводы и перспективы

Проанализировав ответы участников социологического исследования «Профессиональный межкультурный диалог Россия-Франция», мы смогли выявить перечень социокультурных факторов, влияющих на развитие профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций и на управленческий процесс.

Проведенное исследование позволило построить в соответствии с выявленными факторами модель универсальных межкультурных коммуникативных компетенций.

Мы увидели, как эти факторы соотносятся с решением управленческих проблем подбора и подготовки сотрудников в рамках профессиональной деятельности за рубежом, например:

– учет временных рамок может помочь в выборе стратегии расстановки приоритетов в процессе интеграции экспатов (налаживание профессиональной и

личной инфраструктуры, преодоление лингвистического барьера, получение расположения коллег и партнеров за рубежом), скорости выполнения задач, четкости постановки вопросов;

– учет возрастной категории может способствовать выбору стратегии развития карьеры сотрудников за рубежом, определения иерархической ответственности, а также выбору типа программ по межкультурной подготовке;

– учет кризисных ситуаций может способствовать развитию осознанности, эмоциональной устойчивости, гибкости сотрудников;

– учет различий в профессиональном функционировании может помочь выстраиванию новой стратегии взаимоотношений с сотрудниками за рубежом, введению управленческих процессов;

– учет таких факторов, как мотивация, стереотипы, поиск сходств или различий влияет на оценку и развитие профессиональной личности за рубежом.

Исследование показало, что развитие межкультурных коммуникативных компетенций строится поэтапно, что для большинства интервьюируемых факт интеграции подтверждается ощущением отсутствия границ, разделяющих культуры.

Необходимо также отметить, что для профессионалов, работающих над развитием профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций, уникальность собственной культуры остается главным ключом к эффективности управленческой деятельности.

В современной практике менеджмента мы наблюдаем процесс внедрения международного управленческого опыта, построенного на основе национальных культур других стран и институтов образования в глобализованном мире.

Таким образом мы видим, что образовательные программы различных стран функционируют в роли форм управления. Речь идет о работе с информацией, ориентированной на культурные ценности и роли коммуникации в управлении.

При помощи образования информация усваивается и преобразуется в устойчивые знания, которые через язык и традиции передают определенные культурные ценности.

Расставленные акценты в усвоении культурных ценностей распределяют информационные приоритеты, которые ложатся в основу управленческих решений.

Именно транслируемые культурные ценности в образовании и определяют роль коммуникации в управлении, ее стиль, дозирование информации, распределение информационных потоков.

Коммуникация является инструментом для формулирования задач, организации работы людей, мотивации сотрудников (мотивационное управление), осуществления контроля. Различные способы подачи информации помогают установить контакты между людьми и объединить их усилия в достижении целей проектов (управление по целям).

Особенности управленческих процессов определяются культурными факторами, которые можно разделить на объективные (характер и сфера деятельности организации, ее структура, цели и задачи) и субъективные (интересы руководства и персонала, неформальные связи).

Объективные и субъективные факторы тоже регулируются образованием. Объективные (характер и сфера деятельности организации, ее структура, цели и задачи) определяются профессиональным характером, контекстом, а образование нацелено на профессиональные знания, умения, навыки, компетенции.

Гибкость поведения руководителя и применение коммуникаций зависят от культурного и национального контекста, что отражается в ситуативном стиле управления. Это может быть отражено в различных методах коммуникаций руководителя: сотрудничество, доминирование, манипуляции, убеждение, информирование, контроль, распоряжения, поощрения и наказания, обсуждения, управление конфликтами, управление мнением, создание и поддержание корпоративной среды.

Субъективные факторы кроме личностных характеристик связаны с культурным контекстом, в котором существует и воспитывается личность. Становление личности происходит под длительным воздействием образования, а в современном мире это воздействие перестало носить фрагментарный характер, о котором говорил К. Маннгейм, оно приобрело константный характер Lifelong Learning (образование на протяжении всей жизни). В зависимости от профессиональных и личностных компетенций, полученных в процессе образования, управленческая направленность принятия решений, формулирование целей управленческой деятельности корректируются и, можно сказать, программируется через усвоение ценностей и норм поведения транслируемой культуры через институт образования.

Исследование также показало, что существует подмена терминов в понимании значений стереотипов и культурных традиций.

Так, множество управленческих решений принимается на основе неосознанных культурных детерминантов, таких как гендерные и национальные стереотипы, присвоенные образовательными институтами общества. Последствия принятых под влиянием таких стереотипов решений могут отражаться на личной эффективности сотрудников, результативности коллектива и компании в целом, созданию климата недоверия в команде, конфликтных ситуаций, снижению взаимодействия.

Исследование выявило позицию (более 60% ответивших) о том, что различие культур может быть компенсировано сходством интересов, что может стать решением проблем данного типа.

В заключении можно сказать, что именно социокультурный контекст определяет идентичность человека, его культуру, разрушение которой под воздействием механизмов адаптации и ассимиляции влечет за собой снижение личностного и профессионального потенциала сотрудников, что приводит к сложностям управленческого процесса в международном контексте.

Таким образом, становится очевидно, что учет социокультурного фактора в ведении управленческой деятельности, в частности, в сфере межкультурного международного сотрудничества, позволяет по-новому посмотреть на стратегию выстраивания отношений между руководством и сотрудниками, часто но-

сящих скрытую форму подавления (в значении доминирования национальной культуры принимающей стороны).

Исследование показало необходимость сконцентрировать внимание управленцев на работе с персоналом, его подготовке и сопровождении сотрудников с учетом особенностей их культурного развития и традиций места присутствия компании. Мы исследуем социокультурный фактор с позиции формирования профессиональных межкультурных коммуникативных компетенций, делая акцент на особенностях социальной структуры общества как площадке для сотрудничества, которая строится не на адаптации и приспособлении экспата, а на умении работать профессионально вне контекста различных культур.

Речь идет о создании «межкультурного пространства взаимодействия», в рамках которого мы не создаем универсальную культуру или одинаковые ценности. Мы видим разницу и принимаем ее. Это новое пространство дает возможность нахождения в зоне безопасности, в рамках которой никто не претендует на разрушение культурных ценностей и традиций, а находится в состоянии сотрудничества.

Источники

- Bardin L. (2003). *L'Analyse de contenu*. Paris, P.U.F.
- Barmeyer C. (2004). Peut-t-on mesurer les competences interculturelles? Une étude comparée des styles d'apprentissage France, Allemagne, Québec. Simard, Gilles, Lévesque, Ginette (Hg.): *La GRH mesurée. Actes de XVme congrès AGRH*. Montréal. P. 1435-1462.
- Beaud S., Weber F. (1997). *Guide de l'enquête de terrain*. Paris: La Découverte.
- Bennet M. (1998). Basic concepts of intercultural communication. *Selected Readings*. Yarmouth.
- Blanchet A., Gotman A. (1992). *L'Enquête et ses méthodes. L'entretien*, Paris: Nathan.
- Bourdieu P., Passeron J.-C., Chamboredon J.-C. (1968). *Le Métier de sociologue*. Paris: Mouton.
- Cho J., Trent A. (2006). Validity in qualitative research revisited. *Qualitative Research*, 6 (3): 319-340.
- Crescentini A., Mainardi Crohas G. (2009). Qualitative research articles: guidelines, suggestions and needs. *Journal of Workplace Learning*, 21(5), 431-439.
- Denzin N.K., Lincoln Y.S. (1998). *Strategies of Qualitative Inquiry*. Thousand Oaks: Sage.
- Erzberger C., Kelle U. (2003). Making inferences in mixed methods: the rules of integration. *Handbook of Mixed Methods in Social Behavioral Research*, ed. A. Tashakkori, C. Teddlie. P. 457-488. Thousand Oaks, London, New Dehli: Sage Publications.
- Flanagan J.C. (1954). The critical incident technique ». *Psychological Bulletin*, 51. P. 327-358.
- Geertz C. (2000). *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books.
- Goleman D. (1996). *Emotional Intelligence. Why it can matter more than IQ*. New York: Bantam Books.
- Greenwood D., Levin M. (1998). *Introduction to Action Research*. London: Sage.
- Miles M.B., Huberman A.M. (2003). *Analyse des données qualitatives (2-ème éd.)*. Bruxelles: De Boeck.
- Sibelet N., Mutel M., Arragon P., Luye M., Pollet S. (2011). *L'entretien semi-directif en sciences humaines. Formation à distance disponible en ligne sur: <https://enquetes-cirad.iamm.fr/> [archive]*.
- Pedersen P. (1995). The Five Stages of Culture Shock: Critical Incidents around the World, *ABC-CLIO*. P. 175-180.
- Piaget J. (1977). *Recherches sur l'abstraction réfléchissante, tome 1: L'abstraction des logico-arithmétiques*. Paris: Presses Univesitaires de France.

Quivy R., Van Campenhoudt L. (1988). Manuel de recherche en sciences sociales. Paris: Dunod.
Reason P. (2006). Choice and quality in action-research practice. *Journal of Management Inquiry*, 15(2): 187-203.

Romelaer P. (2005). L'entretien de recherche. Dans Roussel P. & Wacheux F. (eds.) *Management des ressources humaines: méthodes de recherche en sciences humaines et sociales*. Bruxelles: De Boeck.

Silverman D. (2004). *Qualitative Research: theory, method and practice*. 2nd ed. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

Silverman D. (2006). *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. 2nd ed. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

Silverman D. (2009). *Doing qualitative research*. 3^d ed. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

Teddle C., Tashakkori A. (2009). *Foundations of mixed methods research: integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Thousand Oaks: Sage.

Кошарная Г.Б. (2016). Триангуляция как способ обеспечения валидности результатов эмпирического исследования / Г.Б. Кошарная, В.П. Кошарный // *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*. № 2 (38). С. 117-122.

■ ■ ■ Sociocultural Factors of Influence over the Development of Intercultural Communicative Competencies within the Management and Training of Personnel for Cross Boarder Employment (on the example of foreign employees in Russia and France)

Daria V. Tsukanova, Svetlana A. Sharonova

Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russian Federation.

Abstract. The process of globalization and the transformation of the industrial economy into knowledge-based economy (information society) have opened up new opportunities for the development of international relations in the social, industrial, cultural and trade spheres. It has also increased the migratory labor flows and demonstrated the need to develop new intercultural communication skills and new methods of administration and management in international context. Hence, the implementation and setting of management tasks in the international environment depend on the socio-cultural factors that represent the specific circumstances of decision-making processes.

The paper reveals the answers of participants in the sociological survey «Professional Intercultural Dialogue between Russia and France» (the method of semi-structured interviews and crisis episodes) regarding the effectiveness of various methods of intercultural education, as well as the attitudes of employees to the key problems of intercultural relations. Based on the received results the document provides a list of socio-cultural factors affecting the development of professional intercultural communicative competences.

In conclusion, the authors present a model of universal intercultural communicative competencies in accordance with the identified factors and show the correlation of these

factors with the decision-making while solving the administrative problems of recruiting and training employees abroad.

Keywords: intercultural, competence, sociocultural factors, semi-structured interviews, critical episodes, triangulation, intercultural education, intercultural communication

For citation: Tsukanova D.V., Sharonova S.A. Sociocultural Factors of Influence over the Development of Intercultural Communicative Competencies within the Management and Training of Personnel for Cross Boarder Employment (on the example of foreign employees in Russia and France). *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.1. P. 47-67. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-47-67.

Inf. about the authors: Tsukanova Daria Vladimirovna, postgraduate student at Peoples' Friendship University of Russia (Moscow, Russia), postgraduate student at Bordeaux Montaigne University (Bordeaux, France); Sharonova Svetlana Alekseevna, Dr. Sc. (Soc.), associate professor at Peoples' Friendship University of Russia (Moscow, Russia). Address: 117198, Moscow, Miklukho-Maklaya st., 6. E-mail: dtsoukanova@gmail.com.

Received: 14.01.2018. *Accepted:* 29.01.2018.

References

- Bardin L. (2003). *L'Analyse de contenu*. Paris, P.U.F.
- Barmeyer C. (2004). Peut-t-on mesurer les competences interculturelles? Une étude comparée des styles d'apprentissage France, Allemagne, Québec. Simard, Gilles, Lévesque, Ginette (Hg.): *La GRH mesurée. Actes de XVme congrès AGRH*. Montréal. P. 1435-1462.
- Beaud S., Weber F. (1997). *Guide de l'enquête de terrain*. Paris: La Découverte.
- Bennet M. (1998). Basic concepts of intercultural communication. *Selected Readings*. Yarmouth.
- Blanchet A., Gotman A. (1992). *L'Enquête et ses méthodes. L'entretien*, Paris: Nathan.
- Bourdieu P., Passeron J.-C., Chamboredon J.-C. (1968). *Le Métier de sociologue*. Paris: Mouton.
- Cho J., Trent A. (2006). Validity in qualitative research revisited. *Qualitative Research*, 6 (3): 319-340.
- Crescentini A., Mainardi Crohas G. (2009). Qualitative research articles: guidelines, suggestions and needs. *Journal of Workplace Learning*, 21(5), 431-439.
- Denzin N.K., Lincoln Y.S. (1998). *Strategies of Qualitative Inquiry*. Thousand Oaks: Sage.
- Erzberger C., Kelle U. (2003). Making inferences in mixed methods: the rules of integration. *Handbook of Mixed Methods in Social Behavioral Research*, ed. A. Tashakkori, C. Teddlie. P. 457-488. Thousand Oaks, London, New Dehli: Sage Publications.
- Flanagan J.C. (1954). The critical incident technique ». *Psychological Bulletin*, 51, 327-358.
- Geertz C. (2000). *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books.
- Goleman D. (1996). *Emotional Intelligence. Why it can metter more than IQ*. New York: Bantam Books.
- Greenwood D., Levin M. (1998). *Introduction to Action Research*. London: Sage.
- Miles M.B., Huberman A.M. (2003). *Analyse des données qualitatives (2-ème éd.)*. Bruxelles: De Boeck.
- Sibelet N., Mutel M., Arragon P., Luye M., Pollet S. (2011). *L'entretien semi-directif en sciences humaines. Formation à distance disponible en ligne sur: <https://enquetes-cirad.iamm.fr/> [archive]*.
- Pedersen P. (1995). *The Five Stages of Culture Shock: Critical Incidents around the World*, ABC-CLIO. P. 175-180.
- Piaget J. (1977). *Recherches sur l'abstraction réfléchissante, tome 1: L'abstraction des logico-arithmétiques*. Paris: Presses Univesitaires de France.

Quivy R., Van Campenhoudt L. (1988). Manuel de recherche en sciences sociales. Paris: Dunod.
Reason P. (2006). Choice and quality in action-research practice. *Journal of Management Inquiry*, 15(2): 187-203.

Romelaer P. (2005). L'entretien de recherche. Dans Roussel P. & Wacheux F. (eds.) *Management des ressources humaines: méthodes de recherche en sciences humaines et sociales*. Bruxelles: De Boeck.

Silverman D. (2004). *Qualitative Research: theory, method and practice*. 2nd ed. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

Silverman D. (2006). *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. 2nd ed. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

Silverman D. (2009). *Doing qualitative research*. 3^d ed. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

Teddlie C., Tashakkori A. (2009). *Foundations of mixed methods research: integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Thousand Oaks: Sage.

Kosharnaya G.B. (2016). Triangulation as a way to ensure the validity of the results of empirical research / ed. G.B. Kosharnaya, V.P. Kosharnyi. *Bulletin of Higher Education Institutions. Volga region. Social Sciences*. No.2, P. 117-122 (In Rus.).

■ ■ ■ Российская молодёжь как объект деструктивного воздействия средств идеологического, информационно-психологического и культурного противоборства Запада

Кравцов Д.Н.¹, Исаев В.Д.², Лебедь В.Н.³, Восканян К.А.⁴

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

2. Луганский национальный университет им. В. Даля, Луганск, Украина.

3. Белгородский государственный аграрный университет им. В. Горина, Белгород, Российская Федерация.

4. Ростовский государственный университет путей сообщения, Ростов-на-Дону, Российская Федерация.

Аннотация. Конец XX века ознаменовался окончанием «холодной войны», однако геополитическое соперничество Запада и России не прекратилось. Укрепляясь как независимое, сильное государство, Россия всё более активно выступает военно-политическим конкурентом гегемонии США, вынуждая Штаты и их сателлитов продолжать вести с Россией геополитическую борьбу за первенство в мире. Особое место в этой борьбе отведено молодёжи, которая является одним из наиболее уязвимых объектов воздействия средств идеологического, информационно-психологического и культурного противоборства.

Деструктивно воздействуя на молодое поколение граждан России, западные пропагандисты стремятся разложить российскую нацию изнутри. Анализ технологий и специфики процессов этого воздействия позволяет обосновано говорить о ведении против нашей страны необъявленной «духовной войны», целями которой являются дестабилизация социально-политической обстановки в России и подрыв её конституционного строя.

Цели этой войны достигаются за счёт реализации основных направлений деструктивной антироссийской деятельности: подрыва доверия к национальной ментально-духовной идеологической основе российского народа посредством применения средств идеологической борьбы; пропаганды асоциальных, антироссийских и прозападных настроений через средства информационно-психологического воздействия; активную реализацию культурной экспансии всего западного, т.н. «вестернизацию».

Следствием реализации указанных направлений деятельности являются многочисленные деструктивные социальные явления, угрожающие национальной безопасности России, среди которых сокращение численности молодёжи, её духовно-нравственное разложение и деградация, дестабилизация внутривнутриполитической обстановки. В связи с этим необходимым представляется разработка и реализация государством эффективной системы мер противодействия деструктивному западному влиянию на различные социальные группы российского общества.

Ключевые слова: национальная безопасность, молодёжь, объект деструктивного воздействия, средства противоборства, вестернизация

Для цитирования: Кравцов Д.Н., Исаев В.Д., Лебедь В.Н., Восканян К.А. Российская молодёжь как объект деструктивного воздействия средств идеологического, информационно-психологического и культурного противоборства Запада // *Коммуникология*. 2018. Том 6. №1. С. 68-83. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-68-83.

Сведения об авторах: Дмитрий Николаевич Кравцов, аспирант Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; Владимир Данилович Исаев, доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой мировой философии и теологии Института философии и социально-политических наук Луганского национального университета им. В. Даля; Виктор Николаевич Лебедь, кандидат экономических наук, доцент кафедры организации и управления Белгородского государственного аграрного университета им. В. Горина; Кристина Арсеновна Восканян, студентка факультета управления процессами перевозок Ростовского государственного университета путей сообщения. Адрес: 119571, г. Москва, пр. Вернадского, 84. E-mail: dmitrykrav.row@gmail.com.

Статья поступила в редакцию: 02.12.2017. *Принята к печати:* 14.01.2018.

Современный мир стоит на пороге эры глобальных изменений в сфере международных и межгосударственных отношений. Дестабилизирующие современный миропорядок процессы всё чаще приводят к кровопролитию, а география очагов вооружённых конфликтов неустанно приближается к границам России [Буторов: 42-44].

Только за последнюю четверть столетия на постсоветском пространстве произошли около десятка локальных конфликтов, среди которых вооружённые конфликты в Приднестровье, Гагаузии, Абхазии, Южной Осетии, Нагорном Карабахе, войны в Таджикистане, Чечне и на Донбассе, цепь «цветных» революций. Все эти конфликты различны, как по своей сути, так и по формальным поводам их начала. Однако в них есть нечто общее – верифицируемое наличие двух сторон конфликта, одна из которых поддерживает консервативный, легимированный народом пророссийский путь своего политико-правового и социально-культурного развития, а другая, поддерживаемая Западом – стремится, ведя антироссийскую политику, разрушить устои общества, навязать людям чуждые им ценности, дестабилизировать обстановку, захватить власть в целях установления антироссийской диктатуры, манипулируя в этих целях молодёжными социальными группами [Филимонов: 34-35].

Третья сторона конфликта (Запад!), которая поддерживает антироссийских радикалов, стараясь остаться в тени, не оставить следов своих преступлений против человечности, умышленно стремится политико-идеологически располотить государства, отдельные территории и социальные общности постсоветского пространства против России [Евтеева: 120-126; Туев]. И хоть формально «холодная война» окончена, западный мир не считает её успешно оконченной для себя [Буторов: 42]. Неудовлетворённое желание быть «победителем русских» не может оставить Запад в покое, пока существует Россия как независимое го-

сударство и как сильный военно-политический конкурент гегемонии Штатов, «подмявших под себя» западноевропейскую цивилизацию. Де-факто США и их союзники, которые на протяжении сорока лет вели идеологическую, экономическую и информационно-психологическую войну с СССР, не смогли в ней победить. Союз не проиграл Западу: он распался по независящим от Запада причинам внутреннего духовно-ментального характера. И Запад это сознаёт, стремясь всеми имеющимися ресурсами «добить русских», уничтожить правопреемника Советского Союза – современную Россию.

Духовная природа конфронтации Запада с Россией: сущность, средства и задачи духовной войны

Реально существующий, однако завуалированный дипломатической личиной, конфликт Запада с Россией имеет духовную природу. В основе борьбы западного мира с нашим государством лежит непримиримый категорический антагонизм, который некогда провозгласил ещё Иисус Христос: «Никто не может служить двум господам [...] Богу и мамоне (авт. – богатству) (Матф.6:24)». Самобытные, традиционные, христианские духовные ценности, которые имеют фундаментальное значение для национального менталитета российского народа, противостоят тленным, материальным земным ценностям, которые современная либерально-капиталистическая западноевропейская цивилизация возводит в ранг приоритетных¹.

Полагая в основании своего экзистенциального бытия материальные ценности как стратегический приоритет, Запад хочет получить полный контроль над мировой экономикой, подчинив себе сырьевые рынки и источники природных ресурсов. И ресурсы крупнейшего государства мира – России – вызывают «политический аппетит», не без оснований ведь в западной прессе часто высказываются идеи созвучные приписываемым М. Олбрайт: «Несправедливо, что у России так много ресурсов»². Эта «несправедливость» провоцирует Запад на «перезагрузку» «холодной войны» в целях разрушения территориальной целостности России. Конечная цель антироссийской политики США и их союзников – расколоть Россию, используя латентно присутствующие социальные противоречия внутри российского народа.

Поэтому обосновано говорить о том, что конфликтогенность отношений России и Запада определяется факторами экономического характера. В то же время её философской основой является мировоззренческий плюрализм, выраженный в борьбе материального и духовно-идеального начал, и проявляющийся в объективной реальности противоборством идеологических, аксиологических и культурных систем России и Запада.

¹ Савченко И.А., Устинкин С.В., Агеева Н.А. (2016). Экспансия капитализма и культурное насилие в веберовских интерпретациях // Власть. №116 2016. С. 94-100.

² Территориальное пространство российской цивилизации [электронный ресурс]: <https://www.fondsk.ru/news/2009/04/08/9390-9390.html> (дата обращения: 21.01.2018).

Сегодня мы наблюдаем новый виток этого противоборства. Он обусловлен возвращением Россией статуса сверхдержавы после длительного «политического падения» в 90-е гг., что было достигнуто колоссальной работой в области внутренней и внешней политики командой Президента РФ В.В. Путина. Усиливая свой военно-политический потенциал, Россия вновь стала не только потенциальным объектом посягательств со стороны Запада в целях контроля над российскими природными ресурсами, но и устойчивым, сильным и независимым конкурентом США как мирового гегемона.

В подобных условиях Запад использует весь спектр средств идеологического, информационно-психологического и культурного противоборства в целях дестабилизации обстановки в РФ [Матвеевко, Галаева: 165-167]. Кампанию по использованию средств этого противоборства против России небезосновательно можно считать «духовной войной», которую Запад без всякого её объявления начал против российского народа. Особое место в этой войне отведено молодёжи [Першуткин: 102-107].

Для достижения основной цели этой духовной войны западноевропейские государства ведут реализацию трёх основных направлений деструктивной антироссийской деятельности: подрыв доверия к национальной ментально-духовной идеологической основе российского народа посредством применения средств идеологической борьбы; пропаганда асоциальных, антироссийских и прозападных настроений через средства информационно-психологического воздействия; активная реализация культурной экспансии всего западного, т.н. «вестернизация». Важно отметить, что все три направления антироссийской деятельности не являются изолированными друг от друга, и носят взаимодополняющий характер, а соответствующие средства ведения этой деятельности часто выступают интегральными для всех трёх направлений (например, пропаганда) и обладают высоким уровнем эффективности, а значит, и опасности для национальной безопасности России.

Объективирование молодёжи в современном идеологическом, информационно-психологическом и культурном противоборстве

Обобщив и проанализировав опыт «холодной войны», США основную работу по духовно-нравственному разложению российской нации центрируют на молодёжи, сознавая, что молодёжь как активная социально-возрастная группа, не имеющая в своём возрасте устоявшейся аксиологической системы, более всего уязвима перед деструктивным антироссийским влиянием. Ввиду этого молодёжь рассматривается как наиболее приемлемый объект воздействия средств идеологического, информационно-психологического и культурного противоборства, при этом эффективность применения этих средств в таком случае на порядок выше, чем в ситуации применения данных средств в отношении более старших социально-возрастных адресных групп.

По своей сути, объективирование молодёжи в идеологическом, информационно-психологическом и культурном противоборстве сводится к реализа-

ции древней восточной мудрости, которую политтехнологи Запада инкорпорировали в современную доктрину ведения т.н. «психологической войны», – «если хочешь победить врага – воспитай его детей».

Пользуясь экономической расслоенностью российского общества, западные политтехнологи применяют средства идеологического, информационно-психологического и культурного противоборства для навязывания молодёжи «культа денег», который является необходимым условием формирования индивидуалистского общества капитализма западноевропейского образца. Конструирование этого общества носит долговременный характер, растянуто во времени на несколько десятилетий, поэтому мировоззренчески неокрепшая молодёжь, которая сейчас подвержена прозападному влиянию, способна стать его социальной основой. Это может привести к тому, что молодые люди, которые через 10-30 лет займут различные должности в пирамиде государственной системы с устоявшимся мировоззренческим превалированием материальных ценностей над духовными [Мухина: 35-37], будут предрасположены к коммерциализации и коррумпированию государственно-административных функций, тяготеть к западному миропониманию, а в связи с этим станут более уязвимыми и манипулируемыми, что в стратегической перспективе грозит потерей государственного суверенитета [Першуткин: 105-107].

К основным системам мер, направленных на разложение российской молодёжи, относятся:

- реформирование советской системы образования в рамках «болонского процесса» без сохранения положительных наработок, как в педагогической сфере, так и в области духовно-нравственного и военно-патриотического воспитания;
- фальсификация истории, направленная на диффамацию образа Великой России, героизацию предателей, забвение героев Отечества, военно-политических, культурных, научных побед российского народа;
- меркантилизация межличностного и межинституционального взаимодействия для трансформации российского общества в легко управляемое Западом общество потребления [Макарова, Панычик: 157-159];
- экспансия компьютерной зависимости и виртуализация обыденного бытия молодого человека [Марков: 30-35];
- трансляция культа «свободы сексуальной жизни», направленная на разрушение морально-нравственных устоев российской молодёжи и уменьшение рождаемости [Ершов: 37];
- дискредитация в глазах разрозненных социальных групп молодых людей традиционных для России православных, прежде всего, и мусульманских ценностей [Арзуманян];
- пропаганда атеизма;
- экспансия нетрадиционных религиозных движений (сект), занимающих деструктивной антироссийской деятельностью под видом миссионерско-проповеднической деятельности, адептами которых чаще всего становятся молодые люди [Bromley: 41-46; Арзуманян];

- культурная интервенция в форме вестернизации [Евтеева; Фролов];
- дискредитация российской правящей элиты, реклама апатриотического образа мышления, пропагандирующие пренебрежение к институтам власти и патриотическим проявлениям в социуме;
- поддержка наркотрафика в Россию из стран Центральной Азии, а также увеличения импорта алкоголя;
- финансирование асоциальных и маргинальных молодёжных групп, угрожающих национальной безопасности по линии международных неправительственных организаций, действующих по указаниям спецслужб США [Nye];
- разложение творческой интеллигенции, следствием которой является появление низкокачественной литературы, пропагандирующей удовлетворение низменных инстинктов [Макарова, Беззапонный: 46-49; Григорьев: 39-42];
- сохранение конфликта между материально бедными и богатыми группами молодёжи, подрывающего общественную безопасность и др.

Векторы всех вышеуказанных систем мер сонаправлены. Их общая цель – духовное разложение российской молодёжи. И с сожалением приходится констатировать, что многие из этих мероприятий приносят свои отрицательные для России плоды, о чём говорят экономические, социологические и политологические исследования.

Проводимые ВЦИОМ исследования проблем молодёжи по ряду индикаторов подтверждают отрицательные тенденции развития российской молодёжи, которые наиболее активно проявляются в сфере духовной жизни молодых людей, а также ценностной системе.

Меркантилизация молодёжи как угроза прогрессивному развитию российской нации

По данным ВЦИОМ, в конце 2016 г. 76% молодых людей идентифицировали себя как материально ориентированных¹. И этот показатель с каждым годом растёт с устойчивой динамикой. Это наглядно демонстрирует превалирование в массовом сознании идеалов материально ориентированной жизнедеятельности, которая навязывается молодым людям Западом. А постепенное увеличение численности молодёжи, которая ориентируется только на получение материальных благ, свидетельствует об успешности осуществления нашими политическими оппонентами программ меркантилизации молодёжных социальных групп России. Разработка мер противодействия навязыванию «культы денег» в России и за рубежом ведётся много лет, однако пока целостная система мер противодействия не создана, что обусловлено рядом экономических и идеологических факторов, и прежде всего, капиталистической экономической системой, направленной не на достижение социального блага, а на индивидуальное получение прибыли [Matveenko].

¹ Поколение Selfie: пять мифов о современной молодежи [электронный ресурс]: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115996> (дата обращения: 21.01.2018).

Меркантилизацию молодёжи также подтверждает тот факт, что 55% молодых людей не скрывают, что они расточительны. При этом 54% респондентов уверены, что молодёжь ленива. Это коррелируется со снижением трудовой занятости граждан России возрастной группы 18-35 лет и обуславливает усложненность омоложения рынка труда, что вредит экономике России и не позволяет полноценно использовать потенциал развития, детерминирует в долгосрочной перспективе кадровый голод.

В то же время необходимо сознавать, что нежелание молодёжи работать обусловлено не только западной пропагандой потребительского образа жизни, который в России возводит в ранг социальной нормы иждивенчество у родителей, но и недостаточно целенаправленной политикой государства в области труда и занятости населения [Першуткин: 388-392].

Проблемы на рынке труда, сложности в трудоустройстве по специальности и получение низкого уровня доходов в призма навязываемой вестернизации приводит к стремлению молодых людей эмигрировать из России. Как показал опрос «Левада-центра», 32% молодых людей в возрасте 18-24 лет и 21% граждан в возрасте 25-39 лет хотели бы уехать на постоянное место жительства за границу за пределы бывшего СССР. Большинство респондентов (79%) не хотят эмигрировать из России, однако этот усреднённый показатель достигается за счёт других возрастных групп, т.к. среди 40-54-летних граждан лишь 10%, а среди граждан старше 55 лет только 7% готовы были бы уехать из России¹. Динамика увеличения количества молодёжи, которая стремится избрать себе место проживания в другом государстве, демонстрирует, что значительная часть молодых людей (почти треть) не воспринимает Россию как приемлемое место проживания. Навязать молодёжи эту идею западные политтехнологи стремятся за счёт рекламы западноевропейского образа жизни в СМИ, кинематографе, социальных сетях. Этой же цели служит культурная интервенция. Эмиграция молодёжи вызывает значительные демографические проблемы в государстве и наносит колоссальный вред его социально-политической и экономической системе, подрывает обороноспособность, оставляя государство без достаточно-го мобилизационного резерва.

Демографические проблемы в долгосрочной перспективе ведут к снижению рождаемости, сокращению населения – т.н. «вымиранию нации» [Короленко: 79-85]. И решить эту проблему за счёт внешней миграции из стран Восточной Европы и Средней Азии не представляется возможным.

Аксиология «свободы половой жизни»: нравственность VS «культ секса»

Одним из факторов снижения рождаемости и сокращения нации является рецепция российской молодёжью западной «свободы сексуальной жизни», которая является ничем иным как формой сексуальной жизни без любой ответственно-

¹ Эмиграционные настроения [электронный ресурс]: <http://www.levada.ru/2017/06/19/emigratsionnye-nastroeniya-2/> (дата обращения: 21.01.2018).

сти, и соответствующего «культу секса». Добрачные сексуальные отношения не воспринимаются молодыми людьми как порочные или социально осудительные. Наоборот, 59% молодёжи считают добрачный секс распространённым и допустимым, причём, как указывает ВЦИОМ, так считают не только 66% юношей, но и 61% девушек. Последний факт такого отношения русской девушки к добрачным отношениям носит крайне отрицательный характер, т.к. исторически русская женщина славилась своей нравственной чистотой и духовной красотой, а современное распространение безответственных сексуальных отношений нельзя не считать плодом вестернизации – умышленным развращением русской женщины. Как тут не напомнить слова св. Иоанна Лествичника, сказанные им в VI веке: «Если женщина потеряет стыд, то ни одна живая душа на земле не спасется». С сожалением приходится постулировать, что только 16% девушек в возрасте от 18 до 24 лет считают для себя внебрачные сексуальные отношения недопустимыми. Такое распространение культа секса определяется массовой субкультурой, сексуальных просвещением детей и молодёжи, недостаточным уровнем цензуры. Результаты «сексуальной революции» 90-х гг. и современной социальной легитимации (особенно молодёжной средой) «свободы сексуальной жизни» лучше всего видны в призме эпидемиологической ситуации в стране [Корчагина].

В России стремительно увеличивается число ВИЧ-инфицированных. По официальной статистики Минздрава, на начало 2017 года общее число случаев ВИЧ-инфекции среди граждан России достигло более 1 млн. 100 тыс. человек¹. И это только тех, кто официально зафиксирован как носитель ВИЧ в медицинских учреждениях. Реальное количество ВИЧ-инфицированных, по некоторым данным, может быть в 3-5 раз больше. Сегодня Россия занимает одно из лидирующих мест по интенсивности распространения ВИЧ.

Эпидемии наиболее подвержены трудоспособные молодые люди. Максимальная поражённость ВИЧ-инфекцией фиксируется в возрастной группе 25-34 года у женщин, и в мужской возрастной группе 30-34 года. При этом, например, в 2013 г. 58% заражений преподали на внутривенное введение наркотиков нестерильными инструментами, а 40% гетеросексуальные контакты². Т.е. почти половина заражений ВИЧ была обусловлена злоупотреблением «свободой сексуальной жизни». Взвешенная политика государства по профилактике ВИЧ-инфекции и наркомании частично даёт положительные результаты. Хотя количество наркозависимых в России и увеличивается, однако динамика роста их числа постепенно снижается, что, тем не менее, не влияет на уменьшение числа ВИЧ-инфицированных. Только за 2016 г. в России выявлено более 100 тыс. новых случаев ВИЧ-инфекции

¹ Официальная статистика ВИЧ, СПИДа в России [электронный ресурс]: <https://spid-vich-zppp.ru/statistika/ofitsialnaya-statistika-vich-spид-rf-2016.html> (дата обращения: 21.01.2018).

² В России зарегистрировано 54 тысячи новых случаев ВИЧ в 2013 году [электронный ресурс]: <https://ria.ru/society/20131115/977162212.html> (дата обращения: 21.01.2018).

россиян, что на 5,3% больше, чем в 2015 г. В 2011-2016 гг. ежегодный прирост количества новых выявленных случаев заражения ВИЧ составляет в среднем 10%¹. Доля заражённых половым путём стремительно увеличивается. Это обуславливает необходимость разработки взвешенной и социально приемлемой политики в области морально-нравственного воспитания подрастающего поколения, молодых людей, пропаганды более сексуально ответственного образа жизни.

Купирование наркомании как одного из наиболее деструктивных современных социальных явлений является важным направлением социально ориентированной государственной политики. По отчётным данным правоохранительных органов за минувший 2016 г., около 18 млн. граждан России имели тот или иной опыт употребления наркотических средств и их прекурсоров; 7,3 млн. россиян являются активными наркоманами и ежегодно это число увеличивается на 90-100 тыс. человек². Лишь 640 тыс. наркозависимых граждан обратились за медицинской помощью. Молодые люди в возрасте 16-30 лет составляют 60% от числа всех наркозависимых. При этом в исследованиях прослеживается, что, если ранее молодые люди составляли лишь малой частью наркозависимых, то сейчас они стали основными потребителями продуктов наркотрафика. Незаконное распространение наркотиков, их контрабанда из стран Центральной Азии используются Западом для деморализации населения России [Милюков: 36-41]. А ввиду того, что 90% наркозависимых употребляют наркотики посредством инъекций, это способствует активному распространению ВИЧ-инфекции и других опасных заболеваний, которые «косят» молодых людей.

Духовная война как борьба за мировоззрение

Социологические исследования подтверждают неутешительную картину культурно-мировоззренческого развития молодёжи, незнание ею истории своего государства, дегероизацию и дискредитацию примеров для подражания [Макарова, Беззапонный]. 57% молодых людей возрастной группы 18-34 лет заявляют, что вообще не имеют кумиров, и лишь 7% респондентов видят в исторических персонажах пример для подражания. Это обусловлено трансляцией молодёжи через Интернет (ангажированные информационные ресурсы и социальные сети) фальсифицированной истории, которая подменяет объективное знание об исторических событиях и процессах мифологизированными интерпретациями этих событий и процессов с выраженной антироссийской коннотацией [Сиволов: 82-88]. В них занижаются великие исторические достижения России, подрывается авторитет Российского государства как исторической, политической и культурной общности. Подрыв доверия к авторитету государства – это основ-

¹ Официальная статистика ВИЧ, СПИДа в России [электронный ресурс]: <https://spid-vich-zppp.ru/statistika/ofitsialnaya-statistika-vich-sp-id-rf-2016.html> (дата обращения: 21.01.2018).

² Статистика наркозависимых в России [электронный ресурс]: <http://stranaprotivnarkotikov.ru/statistika-narkozavisimyx-v-rossii/> (дата обращения: 21.01.2018).

ное следствие забвения своей настоящей истории. Результатом этого подрыва может стать демонстративная оппозиционность молодых людей, их вербовка в экстремистские и террористические формирования. Фальсификация истории в долговременной перспективе ведёт к трансформации и деструкции исторического сознания и способно разрушить идентичность многонационального народа России [Saunders; Labussere: 21-23; Кравцова: 95-98].

Основным полем ведения антироссийской деятельности в гуманитарной сфере стала сеть Интернет. По некоторым данным, около 85% молодёжи в возрасте 12-24 года является активными пользователями интернета¹. 72% молодых людей считает себя зависимыми от компьютерных игр и интернет-ресурсов. Это используется западными политехнологами и пропагандистами для формирования в среде молодёжи России оппозиционных социальных групп, пропаганды западного образа жизни, подрыва доверия к институтам власти и разрушения воспринятой в процессе воспитания и обучения в семье, школе и ВУЗе аксиологической системы [Щавелёва: 81-83]. Эта идеологически-подрывная деятельность осуществляется в целях манипуляции общественным сознанием, противопоставления молодёжи и правящего режима.

Не менее опасным является инкорпорация в массовое сознание молодых людей идей материалистического и нигилистического характера, пропагандируемых в прозападных интернет – ресурсах. Рецепция западного гедонизма подрывает доверие молодых граждан к исконно русским духовным ценностям, популяризирует атеизм, вызывает у граждан недоверие к традиционным религиям.

Православие, которое небезосновательно необходимо считать культурообразующей религией России, без которой нельзя представить бытие русского народа, остаётся одной из наибольших преград Запада на пути внешне управляемого разложения российской нации. Не даром ведь З. Бжезинскому приписывают слова: «После разрушения коммунизма единственным врагом Америки осталось Русское Православие» [Платонов: 758]. Православие как религия и аксиологическая система консолидирует российскую нацию и выступает ценностно-генерирующей социальной институцией. Подрыв доверия к православию – одна из основных задач Запада. И она частично достигается в разрозненных социальных группах, объединяющих молодых людей. По данным ВЦИОМ, которые были получены в ходе изучения ценностных характеристик современной российской молодёжи². Лишь 22% молодых людей в возрасте 18-24 лет и 14% граждан возрастной группы 25-34 лет ориентируются на духовные ценности и считают их довлеющими над материальными. При этом ориентируются на ценности материального характера 72% молодых людей. Формирование ориентации молодёжи на материальные ценности необходимо Западу не толь-

¹ Количество пользователей интернета в России [электронный ресурс]: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151 (дата обращения: 21.01.2018).

² Даешь, молодежь! [электронный ресурс]: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116284> (дата обращения: 21.01.2018).

ко для создания в России капиталистического общества западного образца, о котором мы говорили выше, но, прежде всего, для борьбы с православием. В этих целях формирование материальной ценностной ориентации граждан происходит параллельно с пропагандой атеизма.

Хотя в западном мире верующими себя считают подавляющее большинство граждан, а право на свободу вероисповедования закреплено как одного из базисных конституционных, Запад боится России, в которой будет активное православное вероисповедование граждан. Это обусловлено тем, что православие способно консолидировать разрозненные разноценностные социальные группы (противопоставлением которых Запад занимается через курируемые им международные неправительственные организации), а значит, и способствовать укреплению межнационального согласия и суверенитета России, что, конечно же, не на руку США [Топольян]. Именно для этого Запад через доступные ему средства идеологического, информационно-психологического и культурного противоборства пропагандирует атеизм как «приемлемое материалистическое научно-обоснованное мировоззрение». Тем не менее, пока эта пропаганда не увенчалась успехом, что обусловлено активной социально-политической позицией традиционных религиозных организаций в деле просвещения и консолидации граждан. Это является одной из причин того, что с 2014 по 2017 гг. число молодых людей в возрасте 18-35 лет, считающих себя атеистами, снизилось на 3% (с 47% до 44%), а количество религиозных возросло в возрастной группе 18-24 лет на 11% (с 28% до 39%), в возрасте 25-34 лет на 16% (с 30% до 46%).

Данная положительная динамика увеличения числа граждан, для которых религиозность представляет интерес, в перспективе может способствовать снижению числа материально-ориентированных молодых людей, что указывает на необходимость продолжения выстраивания конструктивных государственно-конфессиональных отношений на принципах партнёрства во имя консолидации общества и блага России. Кроме того, традиционные религиозные движения могут способствовать решению и других актуальных социальных проблем, например, содействовать в борьбе с сектами и деструктивными культами, противостоять религиозному экстремизму и международному терроризму, бороться с абортами. Последняя проблема особенно остро стоит в связи с демографическим кризисом в России: на 1,9 млн. родивших женщин в год приходится 700 тыс. абортов, что существенно ухудшает демографическую ситуацию в стране.

Выводы

Общим индикатором ухудшения социальной ситуации в молодёжной среде является снижение численности молодёжи, что вызывает особую озабоченность. По данным ФАДМ, в период с 2013 по 2017 гг. численность молодёжи снизилась на 2,4% (с 23,9% до 21,5%), что в абсолютных величинах соответствует снижению числа молодых людей на 2,8 млн. граждан¹.

¹ Статистика. Доля молодёжи в общем населении страны (2016) [электронный ресурс]: <https://fadm.gov.ru/activity/statistic> (дата обращения: 21.01.2018).

Снижение численности молодёжи – угроза будущему России. Оно определено целым рядом факторов социально-политического, экономического и идеологического характера. Но из нашего обобщённого анализа применения в отношении российской молодёжи средств идеологического, информационно-психологического и культурного противоборства со стороны Запада следует очевидный логически обоснованный вывод о зависимости снижения численности молодёжи, её частичного духовно-нравственного разложения и деградации с процессами применения в отношении неё этих средств противоборства. В ситуации применения этих средств молодёжь выступает в качестве объекта их воздействия в целях дестабилизации Западом ситуации в России и подрыва конституционного строя нашего государства.

Это требует всестороннего исследования специфики применения средств идеологического, информационно-психологического и культурного противоборства в отношении молодёжи с целью разработки системы мер противодействия деструктивному западному влиянию, купирования угрозы дестабилизации обстановки в социуме и, прежде всего, в молодёжных социальных группах, выработки программы позитивного культурно-исторического и патриотического просвещения молодых людей.

Источники

- Арзуманян Р. (2015). Религия в операционной среде иррегулярных войн // *21-й век*. №3 (36). С. 28-39.
- Буторов С.А. (2014). К вопросу о «Холодной войне»: начало новой или продолжение прошлой? (историко-культурологический аспект) // *Вестник МГУКИ*. №6 (62). С. 42-48.
- Григорьев С.И. (2013). Виталистская социология быдлоизации – основа научного обеспечения преодоления кризисного развития современного российского общества // *Учёные записки ЗабГУ*. Серия: Философия, социология, культурология, социальная работа. №4 (51). С. 39-45.
- Евтеева Т.В. (2011). Диалог культур «Россия» и «Запад»: общее и различное в развитии цивилизаций // *Аналитика культурологии*. № 21. С. 119-126.
- Ершов Б.А. (2009). Значение духовно-нравственных ценностей в воспитании молодёжи // *Вестник ВГТУ*. №3. С. 34-37.
- Козориз Н.Л. (2013). Информационная безопасность в глобальном информационном пространстве // *Право и государство*. № 7. С. 146-150.
- Короленко А.В. (2014). Основные черты современного демографического кризиса в России и пути его преодоления // *Проблемы развития территории*. № 2 (70). С. 79-94.
- Корчагина П.С. (2013). Тренды общественного здоровья населения региона // *Проблемы развития территории*. № 2 (64). С. 75-86.
- Кравцова А.Н. (2016). Информационный террор как угроза информационно-психологической безопасности личности, общества и государства // *Вестник ИКИАТ*. №2 (33). С. 95-98.
- Макарова И.В., Панычич А.В. (2009). Молодежь и информационные войны в условиях социально-экономической нестабильности // *Вестник КРУ МВД России*. №4. С. 157-159.
- Макарова И.В., Беззапонный А.С. (2006). Информационные войны современности: некоторые вопросы теории // *Общество и право*. №4 (14). С. 46-49.
- Марков А.А. (2011). Некоторые аспекты информационной безопасности в контексте национальной безопасности // *Вестник СПбГУ*. Сер. 12. Вып. 1. С. 26-35.

- Матвеев Ю. И., Галаева М. Г. (2015). «Мягкая сила» как фактор современной геополитики // *PolitBook*. №1. С. 165-179.
- Милюков С.Ф. (2015). Наркоагрессия против России: поиск асимметричных ответов // *Криминология: вчера, сегодня, завтра*. №1 (36). С. 36-41.
- Мухина Е.А. (2009). Духовно-нравственные проблемы развития личности в современном российском обществе // *Вестник Майкопского государственного технологического университета*. №3. С. 35-37.
- Першуткин С.Н. (2010). О внимании общества к общественным проблемам, об участии государства в их преодолении // *Безопасность Евразии*. № 2. С. 388-392.
- Першуткин С.Н. (2011). Молодежь «в категориях войны» // *Знание. Понимание. Умение*. №3. С. 102-107.
- Платонов О.А. (1997) Терновый венец России. История русского народа в XX веке. Т. 2. М.: «Родник».
- Сивоволов Д.Л. (2015). Новые угрозы национальному суверенитету России в сфере информационной безопасности // *Социум и власть*. №6 (56). С.82-88.
- Топольян А.П. (2012). Духовно-нравственное возрождение как социокультурная основа модернизации России // *СИСП*. №1. С.1108-1117.
- Тув В.А. (2012). Россия и Запад в эпоху глобализации // *Baikal Research Journal*. №5. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rossiya-i-zapad-v-epohu-globalizatsii> (дата обращения: 21.01.2018).
- Филимонов Г.Ю. (2008). Молодежные субкультуры как инструмент политики США // *Вестник РУДН*. Серия: Международные отношения. №1. С.34-45.
- Фролов Ф.С. (2014). Культурно-лингвистическая экспансия: геополитический аспект // *Армия и общество*. №4 (41). С.17-22.
- Фролов Ф.С. (2012). Культурно-лингвистическая экспансия: понятие и содержание // *Армия и общество*. №3 (31). С.26-30.
- Чугунова К.Ю. (2015). Информационное оружие как угроза национальной безопасности Российской Федерации // *Актуальные проблемы российского права*. №7. С.59-64.
- Щавелёва М.Б. (2009). Некоторые аспекты влияния массовой культуры на общественное сознание // *Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева*. №2. С.81-86.
- Bromley D. G. (1997). Social and Cultural Elements of Radical Organizations. In T. Robbins and S. Palmer (Eds.) *Millennium, Messiahs, and Mayhem: Contemporary Apocalyptic Movements*. London: Routledge. P. 31-46.
- Nye J.S. (1990). *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York.
- Nye J.S. (2004). *Soft Power. The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Labussere O. (2011). *La norme et le mouvant: elements pour une relecture de l'oeuvre de Jean Gottmann*. *Geographie et cultures*. № 72. P. 7-23.
- Matveenko Y. I. (2014). Modernization processes in an Era of Globalization: choice of the Strategy for modern Russia // *Global Science and Innovation*. Chicago-USA.
- Saunders F.S. (1999). *The Cultural Cold War: The CIA and the World of Arts and Letters*. New York: The New Press.

■ ■ ■ Russian Youth as an Object of Destructive Influence of Ideological, Psychological and Cultural Confrontation of the West

D.V. Kravtsov¹, V.D. Isayev², V.N. Lebed³, K.A. Voskanyan⁴

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

2. Lugansk National University, Lugansk, Ukraine.

3. Belgorod State Agrarian University, Belgorod, Russian Federation.

4. Rostov State University of Railway Transport, Rostov-on-Don, Russian Federation.

Abstract. The end of the twentieth century was marked by the end of the «cold war», but the geopolitical rivalry between the West and Russia did not stop. Strengthened as an independent, strong state, Russia is increasingly acting as a military and political competitor to USA hegemony, forcing the USA and its satellites to continue to wage a geopolitical battle with Russia for world primacy. A special place in this struggle is allocated to the youth, which is one of the most vulnerable objects of the impact of ideological, information-psychological and cultural confrontation.

Destructively influencing the younger generation of Russian citizens, Western propagandists seek to disintegrate the Russian nation from within. Analysis of technologies and the specifics of the processes of this impact allows us to justify talking about the conduct of an undeclared «spiritual war» against our country, the goals of which are the destabilization of the socio-political situation in Russia and the undermining of its constitutional system.

The goals of this war are achieved through the implementation of the main directions of destructive anti-Russian activity: undermining confidence in the national mentally-spiritual ideological basis of the Russian people through ideological struggle; propaganda of antisocial, anti-Russian and western sentiments through means of information-psychological influence; active realization of the cultural expansion of Western values and life style (westernization).

The consequence of the implementation of these areas of activity are numerous destructive social phenomena that threaten Russia's national security, including a reduction in the number of young people, its spiritual and moral decay and degradation, and destabilization of the domestic political situation. In connection with this, it is necessary to develop and implement an effective system of measures to counteract the destructive Western influence on various social groups of Russian society.

Keywords: national security, youth, the object of destructive influence, means of struggle, westernization

For citation: Kravtsov D.N., Isayev V.D., Lebed V.N., Voskanyan K.A. Russian Youth as an Object of Destructive Influence of Ideological, Psychological and Cultural Confrontation of the West. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No. 1. P. 68-83. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-68-83.

Inf. about the authors: Dmitry Nikolaevich Kravtsov, postgraduate student of the Institute of Public Administration and Civil Service, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; Vladimir Danilovich Isayev, Dr. Sc. (Philos.), professor, head of the department of world philosophy and theology of the Institute of Philosophy and Socio-Political Sciences of the Lugansk National University; Viktor Nikolayevich Lebed, Cand. Sc. (Econ.), assoc. prof. at the department of organization and management, Belgorod State Agrarian University; Kristina Arsenovna Voskanyan, student of the department of transportation control, Rostov State University of Railway Transport. Address: 119571, Moscow, Vernadsky av., 84. E-mail: dmitrykrav.row@gmail.com.

Received: 02.12.2017. *Accepted:* 14.01.2018.

References

- Arzumanyan R. (2015). Religion in the operating environment of irregular wars. *21st century*. No. 3 (36). P. 28-39 (In Rus.).
- Bromley D.G. (1997). Social and Cultural Elements of Radical Organizations. In T. Robbins and S. Palmer (Eds.) *Millennium, Messiahs, and Mayhem: Contemporary Apocalyptic Movements*. London: Routledge. P. 31-46.
- Butorov S. (2014). To the question of the Cold War: the beginning of a new or a continuation of the past? (Historical and cultural aspect). *Bulletin of MGUKI*. No. 6 (62). P.42-48 (In Rus.).
- Chugunova K. (2015). Information weapons as a threat to the national security of the Russian Federation. *Actual Problems of Russian Law*. No. 7. P. 59-64 (In Rus.).
- Ershov B. (2009). The Importance of Spiritual and Moral Values in the Education of Youth. *Vestnik VSTU*. No. 3. P. 34-37 (In Rus.).
- Evteeva T. (2011). Dialogue of Cultures «Russia» and «West»: Common and Different in the Development of Civilizations. *Analytics of Cultural Studies*. No. 21. P.119-126 (In Rus.).
- Filimonov G. (2008). Youth subcultures as an instrument of US policy. *Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia*. Series: International relations. No. 1. P. 34-45 (In Rus.).
- Frolov F. (2012). Cultural-linguistic expansion: concept and content. *Army and Society*. No. 3 (31). P. 26-30 (In Rus.).
- Frolov F.S. (2014). Cultural and linguistic expansion: the geopolitical aspect. *Army and Society*. No. 4 (41). P. 17-22 (In Rus.).
- Grigoryev S. (2013). The Vitalist Sociology of Endarkening as a Basis of Scientific Support for Overcoming the Crisis Development of Contemporary Russian Society. *Uchenye zapiski ZabGU*. Series: Philosophy, sociology, culturology, social work. No. 4 (51). P. 39-45 (In Rus.).
- Korchagin P. (2013). Trends of Public Health in the Region. *Problems of Territory Development*. No. 2 (64). P. 75-86 (In Rus.).
- Korolenko A. (2014). The main features of the current demographic crisis in Russia and ways to overcome it. *Problems of Territory Development*. No.2 (70). P.79-94 (In Rus.).
- Kozoriz N. (2013). Information security in the global information space. *Law and State*. No. 7. P. 146-150 (In Rus.).
- Kravtsova A. (2016). Information terror as a threat to information-psychological security of the individual, society and the state. *ICIAT Bulletin*. No.2 (33). P.95-98 (In Rus.).
- Labussere O. (2011). La norme et le mouvant: elements pour une relecture de l'œuvre de Jean Gottmann. *Geographie et Cultures*. No. 72. Pp. 7-23.
- Makarova I., Bezzaponniy A. (2006). Information wars of the present: some questions of theory. *Society and Law*. No. 4 (14). P. 46-49 (In Rus.).
- Makarova I., Panichik A. (2009). Youth and Information Wars in the Conditions of Social and Economic Instability. *Bulletin of the Ministry of Internal Affairs of Russia*. No. 4. P. 157-159 (In Rus.).

- Markov A. (2011). Some Aspects of Information Security in the Context of National Security. *Bulletin of St. Petersburg State University*. Ser. 12. Issue 1. P. 26-35. (In Rus.).
- Matveenko Y. I. (2014). Modernization processes in an Era of Globalization: choice of the Strategy for modern Russia. Global Science and Innovation. Chicago-USA.
- Matveenko Y., Galaeva M. (2015). «Soft power» as a factor of modern geopolitics. *PolitBook*. No. 1. P. 165-179.
- Milyukov S. (2015). Drug aggression against Russia: search for asymmetric answers // *Criminology: yesterday, today, and tomorrow*. No. 1 (36). P. 36-41 (In Rus.).
- Mukhina E. (2009). Spiritual and moral problems of personality development in modern Russian society. *Bulletin of Maikop State Technological University*. No. 3. P. 35-37 (In Rus.).
- Nye J.S. (1990). *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York.
- Nye J.S. (2004). *Soft Power. The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Pershutkin S. (2010). On the attention of society to public problems, about the participation of the state in their overcoming. *The Security of Eurasia*. No. 2. P. 388-392 (In Rus.).
- Pershutkin S. (2011). Young people «in the categories of war». *Knowledge. Understanding. Skills*. No. 3. P. 102-107 (In Rus.).
- Platonov O. (1997). *The Crown of Thorns of Russia. History of the Russian people in the XX century*. Moscow: Spring (In Rus.).
- Saunders F. S. (1999). *The Cultural Cold War: The CIA and the World of Arts and Letters*. New York: The New Press.
- Shaveleva M. (2009). Some aspects of the influence of mass culture on public consciousness. *Vestnik KSPU*. No. 2. P. 81-86 (In Rus.).
- Sivovolov D. (2015). New Threats to Russia's National Sovereignty in the Sphere of Information Security. *Social Life and Power*. No. 6 (56). P. 82-88 (In Rus.).
- Topolyan A. (2012). Spiritual and moral revival as a socio-cultural basis of Russia's modernization. *Modern Research of Social Problems*. No. 1. P. 1108-1117 (In Rus.).
- Tuev V. (2012). Russia and the West in the era of globalization. *Baikal Research Journal* [electronic source]: <http://cyberleninka.ru/article/n/rossiya-i-zapad-v-epohu-globalizatsii> (date of circulation: 01/21/2018) (In Rus.).

СОЦИОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИЙ

SOCIOLOGY OF COMMUNICATION

■ ■ ■ Возможности воздействия на целевую аудиторию на основе практики убеждающей коммуникации

Фролов С.С.

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

Аннотация. Коммуникативные процессы, протекающие в рекламной деятельности и PR-деятельности, обладают существенными особенностями, отличающими их от других процессов передачи информации. Одной из важнейших специфических черт таких коммуникативных процессов является такая обязательная характеристика как убеждение. Несмотря на то, что убеждающая часть процесса коммуникации в рекламе и PR присутствует во всех коммуникативных моделях, она носит частный, спорадический характер, что не может удовлетворять требованиям, предъявляемым к рекламным и PR сообщениям. В этой связи настоятельной необходимостью можно считать создание модели коммуникативного процесса полностью ориентированного на убеждение представителей в соответствии с целями деятелей рекламы и PR. Представленная статья посвящена рассмотрению такой модели убеждающей коммуникации. Для достижения целей построения процесса убеждающей коммуникации, целесообразно рассматривать возможности коммуникативного воздействия на основе классической цепочки: коммуникативные стимулы – аудитория – эффект. При выявлении возможностей для эффективного убеждения, прежде всего важен стимулирующий эффект, производимый каждой из составляющих процесса коммуникации: сообщение, коммуникатор, канал, ситуация. Каждый из этих стимулов обладает рядом характеристик, влияющих на восприятие представителями целевых аудиторий информации, содержащейся в сообщении. Особенно важным является учет и формирование ситуации информирования, поскольку именно контекст получения и декодирования информации может оказывать наиболее сильное убеждающее воздействие. Вместе с тем, при осуществлении убеждающего воздействия необходимо учитывать установочные факторы получателя информации, которые предопределяют активность представителей целевых аудиторий, уровень вовлеченности в процесс коммуникации, а также восприимчивость индивидов к стимулирующему воздействию со стороны коммуникатора. В целом, представленный материал позволяет в значительной степени оптимизировать процесс убеждающей коммуникации и выявить новые пути достижения целей рекламы и связей с общественностью.

Ключевые слова: модель убеждающей коммуникации, коммуникативные стимулы, коммуникатор, сообщение, ситуация информирования, коммуникативный канал, эффективность коммуникации, целевая аудитория, установочные факторы целевой аудитории

Для цитирования: Фролов С.С. Возможности воздействия на целевую аудиторию на основе практики убеждающей коммуникации // *Коммуникология*. 2018. Том. 6. №1. С. 85-96. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-85-96.

Сведения об авторе: Сергей Станиславович Фролов, доктор социологических наук, профессор кафедры социологии Московского государственного института международных отношений (МГИМО) МИД России. Адрес: 119454, г. Москва, пр. Вернадского, 76. E-mail: frolovss2002@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию: 04.02.2018. *Принята к печати:* 14.02.2018.

Одним из предназначений современной коммуникации является постоянное преобразование информационной базы представителя целевой аудитории и его поведения. Эта цель обусловлена необходимостью создавать и устанавливать предпочтения представителей целевых аудиторий в отношении определенных социальных, экономических, политических и повседневных объектов жизнедеятельности современного общества. Для достижения этой цели важно осуществлять постоянное эффективное воздействие на представителей целевых аудиторий, основой которого является процесс убеждения. Это обстоятельство приобретает актуальность в условиях постоянно нарастающей напряженности коммуникативного пространства. Мы можем наблюдать, как потоки информации буквально поглощают сознание представителей современного общества. Следовательно, для каждого представителя целевой аудитории возникает проблема выбора того объекта, соответствующего его представлениям

Существующие модели коммуникационных процессов не дают возможности принимать эффективные решения в отношении активизации коммуникативного воздействия на целевые аудитории. Возникает настоятельная необходимость проведения детального анализа коммуникативных процессов, с точки зрения оценки возможностей формирования убеждающих воздействий в отношении представителей целевых аудиторий.

В качестве базовой основы для формирования убеждений членов целевых аудиторий целесообразно принять модель К. Ховланда – А. Джаниса [Фролов: 91-92], которая позволяет проанализировать все стадии проведения убеждающего воздействия на представителей различных социальных групп.

Схема убеждающей коммуникации Ховланда – Джаниса выражена в матрице (рис. 1).

Главной особенностью этой матрицы следует считать создание возможностей для анализа наиболее значимых, базисных социально-психологических элементов процессов коммуникации в современном обществе. Передача информации в представленной схеме носит активный характер, претерпевает ряд трансформаций и, в целом, более активна на полюсе преемника (реципиента) представленной информации. Сущность представленной модели состоит в том, что все составляющие процесса коммуникации (кроме, естественно, целевой аудитории) должны рассматриваться как убеждающие стимулы. При этом эффективность стимулирующего воздействия во многом зависит от установочных факторов получателя информации и внутренних социальных процессов, протекающих в целевой аудитории (внимание, понимание, принятие решений). В том случае, если все составляющие процесса коммуникации корректируются с учетом

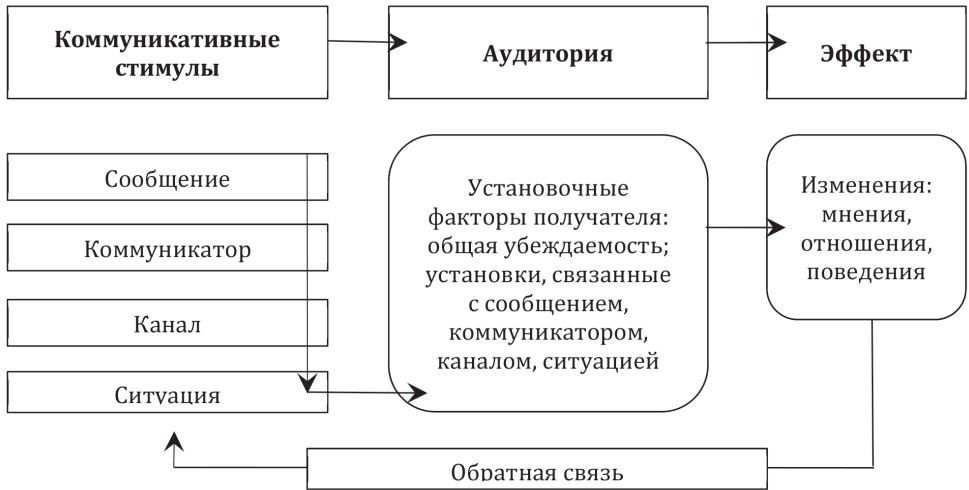


Рисунок 1. Модель убеждающей коммуникации (Model of persuasive communication)

стимулирующего воздействия, если учитываются внутренние факторы целевой аудитории, мы можем говорить о достижении нужного эффекта воздействия.

Для осуществления функционирования модели убеждающей коммуникации, важно определить значение основных стимулов этого процесса.

Сообщение следует признать наиболее значимым стимулом в осуществлении убеждающего воздействия. Применяемые в практике PR и рекламы сообщения можно поделить на следующие виды (в зависимости от используемого средства передачи информации): лингвистические (построенные на речевом языке); оптико-кинетические (жесты, мимика); паралингвистические (качество голоса, его диапазон, тональность); экстралингвистические (паузы, шум, смех, плач, темп речи); пространственно-временные (дистанция, время). Каждый из представленных видов ориентирован на особые рецепторы и имеет различное влияние на аудиторию.

Кроме того, при изучении специфики сообщения с точки зрения влияния на коммуникативную эффективность, целесообразно выделять два вида характеристик сообщения, максимально коррелирующих с эффективностью восприятия текстов сообщения: физические и когнитивные.

Физические характеристики сообщения всегда привлекали внимание специалистов по PR и рекламе. С точки зрения создания стимулов мы можем выделить такие составляющие сообщения как:

1. **Размер сообщения.** Увеличение сообщения повышает шансы привлечь внимание представителей целевой аудитории.

2. **Цвет.** Принято считать, что цвета активизируют внимание. Самое главное – это найти стимулирующее сочетание цветов.

3. **Интенсивность.** Высокая интенсивность стимулирующих элементов в тексте сообщения вызывает к нему повышенное внимание со стороны реципиентов.

4. *Положение.* Положение среди других сообщений определяет заметность стимула.

5. *Движение.* Любая динамика в сообщении является раздражителем и привлекает внимание реципиентов.

6. *Фигура и фон.* Стимулы организуются в психологическом пространстве реципиента в виде фигуры и фона. В качестве фигуры выступают элементы сообщения, привлекающие максимальное внимание, и активизирующие Я реципиента. В то же время, фон содержит менее значимые элементы, активизирующие подсознание представителей целевых аудиторий.

Когнитивные характеристики сообщения представляются наиболее перспективными в достижении эффективности коммуникативного воздействия. Исследования природы когнитивного стимула осуществлялись преимущественно в русле психологического анализа влияния сообщения на восприятие, понимание и запоминание содержания сообщения. Кроме того изучение проблемы воздействия когнитивного стимула проводилось в рамках лингвистического анализа структуры и смыслообразующих элементов сообщения. Результатом этого анализа стало создание американскими учеными Ч. Осгудом [Osgood: 33-49] и Н. Хомским [Хомский: 20-48] научного направления, получившего название психолингвистики. Гештальт-психологи доказали, что меняющиеся когнитивные стимулы и новые стимулы воспринимаются в качестве фигур отделившихся от контекстного окружения.

Можно привести некоторые когнитивные характеристики сообщения, оказывающие воздействие на поведение представителей целевых аудиторий. К таким характеристикам относятся, в частности:

1. *Новизна.* Новые раздражители привлекают внимание аудитории, однако, воздействие нового имеет достаточно жесткие пределы. Пока новизна находится в рамках привычных стандартов поведения, она воспринимается большинством как «хорошее новое». Переход грани, отделяющих сознание индивидов от стандартов поведения приводит к тому, что новое воспринимается как непонятное, противостоящее привычному и, как правило, отвергаемое.

2. *Неопределенность.* Системное применение любых поверхностных схем воздействия приводит к высоким результатам в практике убеждения целевой аудитории.

3. *Когнитивная простота.* Простое восприятие стимула предпочтительнее даже при наличии предрасположенности к сложному восприятию.

4. *Абстрактность или конкретность.* Эта составляющая зависит как от субъекта сообщения, так и от состава аудитории.

5. *Целостность.* При неполных сообщениях происходит коннотация (достройка) элементов сообщения для получения полной картины. Коннотация может быть как позитивной, так и негативной, но ей можно управлять.

6. *Привлекательность стимула.* Эта составляющая основана на выделении особых черт или предикатов, которые делают любое сообщение привлекательным в отношении представителей целевых аудиторий [Jensen, 82-94].

Коммуникатор представляет собой личность или группу, владеющую информацией и способную донести эту информацию до целевой аудитории.

Опыт применения коммуникативных стимулов в рекламе и связях с общественностью показывают, что убеждающий коммуникатор должен обладать, по крайней мере, следующими качествами:

- вовлеченность в коммуникативное пространство, что означает способность включить собственную информацию в информационное пространство данного общества или социальной группы;
- авторитетность в определенных группах, что означает получение признания на предоставление информации со стороны целевой аудитории;
- доверие, касающееся самой личности (лил личностей) коммуникатора;
- сопричастность, подчеркнутая культурная или социальная близость к представителям целевых аудиторий (черты принадлежности, «он такой, как мы и понимаем нас»);
- открытость, т.е. показ отсутствия скрытых замыслов, двойных стандартов.

Канал информирования должен рассматриваться нами как часть коммуникативного процесса, стимулирующее воздействие которого считается весьма противоречивым. Действительно, представление о значимости канала информирования прошло путь от всесильного способа воздействия (20-40 годы XX века) до признания его как наименее эффективного средства влияния на целевую аудиторию. В настоящее время мы сталкиваемся со стремительным возрастанием воздействия СМИ на самые разные аудитории, в связи с увеличением зависимости членов социальных групп от возрастающего потока информации. В связи с этим на основе анализа общества постмодерна возникли теории использования и зависимости. Согласно теории использования, человек выступает в качестве активного фильтра информации, а не ее пассивного получателя. Именно человек осуществляет отбор сообщений СМИ исключительно с целью удовлетворения собственных потребностей. СМИ в данной теории рассматриваются как способ удовлетворения этих потребностей. В теории зависимости роль СМИ рассматривается в несколько ином ракурсе. В рамках этой теории человек зависит от СМИ в силу того, что ему необходимо удовлетворять свои потребности и достигать собственные цели. Другими словами, в данной концептуальной схеме СМИ формируют у индивидов новые цели и производят новые потребности. Социологическое обоснование этой теории сделано французским классиком Ж. Бодрийяром [Бодрийяр: 34-56]. Кроме того, степень влияния СМИ на целевую аудиторию зависит от состояния самого общества и от степени восприятия членами социальных групп норм и ценностей своей субкультуры. В этой связи, значимыми с точки зрения убеждающей коммуникации характеристиками канала информирования можно считать:

1. Техническую сторону функционирования канала, которая включает в себя физические характеристики (частота приема, вещания), пространственные характеристики (зона вещания, распространения, охвата), временные характеристики (время прямого вещания, ретрансляции).

2. Концептуальную сторону функционирования канала, которая включает в себя характеристики специфики позиционирования канала (выбор тематики, структуры изложения, стиля, жанровых композиций, социальной и политической позиции).

3. Профильную сторону функционирования канала, которая включает в себя характеристики аудитории данного канала.

С точки зрения количественных технических индикаторов, характеризующих коммуникационные возможности канала, немаловажное значение имеют количественные показатели охвата целевой аудитории, процента регулярной аудитории, процента недублированной (не пересекающейся с другими СМИ) аудитории [Olson: 173-179].

Согласно разработкам исследователей проблемы использования каналов коммуникации, профильные и концептуальные характеристики канала информирования оказывают значительное воздействие на коммуникативный эффект. Профильные характеристики обуславливают степень воспринимаемой (иногда не осознанной) близости к источнику информирования, стилю изложения, концептуальной направленности. В результате такие характеристики показывают установки на данный источник информирования, выделяемый кредит доверия (в зарубежных источниках – кредитности) по отношению к источнику информации. Как подчеркивает американский исследователь Д. Майерс [Майерс: 65] кредитные коммуникаторы воспринимаются как более или менее компетентные и надежные.

Очевидно, что оптимизируя все представленные характеристики канала информирования можно в значительной степени повысить эффективность убеждающего воздействия на представителей целевых аудиторий.

Ситуация информирования. Несмотря на очевидный факт, показывающий весьма значительное воздействие ситуации на процесс воздействия в отношении целевых аудиторий, внимание к этой составляющей указанного процесса остается весьма незначительным. И это не смотря на то, что вклад ситуационных факторов в достижение суммарного коммуникативного эффекта может достигать 20-40% [Foxall: 45].

Под ситуационным влиянием в отечественной социологии и социальной психологии принято понимать воздействие трех видов ситуационных факторов физических, социальных и временных. Эти факторы выступают в качестве фасцинаций, которые представляют собой различные, сопутствующие сообщению и способствующие принятию информации представителями целевых аудиторий. Фасцинации выполняют роль сопроводителей информации, создающих некоторый дополнительный фон, на котором основная информация в большей степени способствует внушению. Это происходит ввиду того, что фон частично преодолевает фильтры недоверия к представляемому сообщению.

В рамках представленной модели Ховланда – Джаниса следующие факторы ситуативного воздействия:

1. *Физические факторы*, включающие в себя, прежде всего, положение сообщения среди других сообщений. Так, для телевизионной рекламы или рекламы

по радио – это позиция в рекламном блоке, для печатного сообщения – расположение на листе среди других сообщений. Кроме того, большое значение для получения эффекта убеждающего воздействия важно учитывать размер сообщения, его внешний вид, музыкальное и звуковое сопровождение.

3. *Факторы социального окружения.* При осуществлении убеждающего воздействия большое значение имеет социальный контекст информирования. В случае наличия социальной поддержки сообщение имеет высокие шансы быть положительно принятым представителями целевой аудитории. Не менее важным представляется влияние культурного и ценностного контекста сообщения. Так, если сообщение просматривается семьей, группой студентов из разных стран, группой людей различных поколений, то очевидно, что влияние сообщения на представителей этих групп будет различным. То же можно сказать о целевых аудиториях, состоящих из людей с различным уровнем потребления, с различным стилем жизни, с различными ценностными ориентациями. Представители всех этих целевых аудиторий при восприятии сообщения обладают различными внутренними и внешними реакциями на предъявляемый стимул. Дополнительным значимым условием может выступать количество людей, находящихся в данном физическом пространстве в момент предъявления коммуникативного стимула.

В современной социальной психологии достаточно широко распространен взгляд в отношении влияния лидеров мнений (которые рассматриваются как ситуативный компонент) на проблему эффективности коммуникативного воздействия. Это нашло выражение в появлении теории «двух этапов» стимулирующего воздействия. Согласно этой теоретической концепции для осуществления стимулирующего воздействия наиболее целесообразно сначала осуществить передачу информации лидерам мнений, а затем продолжить передачу информации по формальным и неформальным каналам остальной аудитории. В связи с этим, сторонниками такого подхода значительное внимание уделяется первому этапу – позитивному восприятию сообщения лидерами мнений. Однако этот, несомненно, интересный подход применяется достаточно редко из-за организационных трудностей связанных с его использованием на практике. Это означает, что лидерство, как часть социальной ситуации информирования в большинстве случаев не учитывается.

3. *Временные факторы.* Многочисленные научные эксперименты показывают, что время передачи сообщения следует рассматривать как важный элемент ситуации, влияющий на эффективность убеждающего воздействия.

Практика осуществления коммуникативного воздействия показывает, что основным временным фактором признается время предъявления сообщения представителям целевых аудиторий. Исследователи признают, что различное время для эффективного предъявления сообщения во многом зависит от коммуникационного канала. Так, в случае использования телевидения, считается, что наиболее удачным временем для успешного восприятия сообщения считается вечерний прайм-тайм. В то же время для запоминания содержания сообщения на этом канале, лучше использовать утреннее время. При использова-

нии сообщения в печати существуют другие временные параметры для осуществления эффективного воздействия на поведение членов социальных групп. Например, утреннее прочитывание печатных сообщений дает хорошие возможности для осуществления стимулирующего воздействия на представителей целевых аудиторий.

Кроме того, важным временным фактором ситуации информирования многие исследователи считают длительность передачи сообщения. В зависимости от целей стимулирующего воздействия на радио и телевидении длительность предъявления сообщения может иметь разное значение. Принято считать, что короткое сообщение лучше воспринимается целевой аудиторией. Однако в некоторых случаях короткое сообщение не может быть эффективным, так как не может ответить на многие вопросы, возникающие у представителей целевой аудитории.

Помимо изучения и применения коммуникативных стимулов для осуществления убеждающего коммуникативного воздействия необходимо учитывать поведенческие особенности самой целевой аудитории. Для целей убеждающего воздействия особенно важным представляется учет и исследование поведенческих установок получателей информации.

Установочные факторы получателя информации. По мнению исследователей процессов коммуникации, установочные факторы получателя во многом определяют вероятность достижения цели коммуникативного воздействия. При этом установка выступает в качестве механизма регуляции поведения представителя целевой аудитории, определяет предрасположенность респондента к восприятию сообщения и к дальнейшим действиям. Такое понимание установки показывает разнообразие потребностно-мотивационной структуры сознания представителя целевой аудитории. Д. Майерс [Майерс: 67-68] определил наиболее важные функции установок представителей целевых аудиторий, которые следует учитывать при осуществлении убеждающего коммуникативного воздействия. Эти функции включают в себя: предоставление контекста для интерпретации новой поступающей информации, разрешение противоречий в отношении ценностных ориентаций, структурную организацию факторов в представлениях индивидов. С точки зрения исследователей, при определении роли установочных факторов получателя информации следует выделить следующие плоскости изучения:

1. *По уровню развития установок.* В настоящее время это направление изучения установок осуществляется российским исследователем И. Викентьевым, использующим теорию доминанты А. А. Ухтомского [Викентьев, 28-60]. Согласно этой теории все действия человека характеризуются наличием поведенческой триады: норма – доминанта – стереотип. При воздействии раздражителя (коммуникативного стимула) в головном мозге реципиентов возникает очаг возбуждения, который носит название доминанты. Это выводит реципиента из нормы (нормативного состояния). С течением времени интенсивность доминанты снижается, но остается достаточно устойчивая ее часть, которая вытесняется

в подсознание в виде стереотипа. Очевидно, что прикосновение к стереотипу легко возвращает реципиента в состояние доминанты. В настоящее время одним из важных направлений деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью является учет, создание и коррекция стереотипов.

2. *По типам установок.* В рамках данного подхода рассматриваются (и учитываются в практической деятельности) такие установочные факторы как общая убеждаемость целевой аудитории и установки по отношению к отдельным стимулам коммуникативного процесса (сообщению, коммуникатору, каналу информирования, ситуации информирования). Использование этого подхода дает возможность изучения и практического использования иерархической цепочки установочных факторов. Анализ типов установок в этой цепочке осуществляется от общей направленности интересов и системы ценностных ориентаций (высший уровень) к аттитудам на многообразные социальные объекты и ситуации (средний уровень), далее к ситуативным социальным установкам (низший уровень). Принято считать, что этот подход имеет большие научно-практические перспективы, чем изучение уровня развития установок.

3. *По форме проявления установочных факторов* в зависимости от вида коммуникационного воздействия. Это направление учета и изучения установочных факторов получателя сообщения основано на анализе и практическом использовании таких механизмов воздействия как заражение, внушение, убеждение и подражание. В работах специалистов в области коммуникативного воздействия принято объединять эти механизмы под общим понятием реагентность реципиента. Так, общая коммуникативная реагентность подразумевает такие виды реагирования представителей целевых аудиторий на коммуникативное воздействие СМИ как:

- восприимчивость по отношению к фону заражения;
- восприимчивость по отношению к внушению построенному на манипулировании;
- восприимчивость к убеждению, построенному на аргументации;
- склонность к подражанию.

Представленные механизмы проявляются в действии всех коммуникативных стимулов. При этом основное внимание в практической деятельности уделяется убеждению как наиболее честному и эффективному способу использования коммуникативного воздействия. Заражение, влияние и подражание воспринимаются специалистами по рекламе и связям с общественностью как вспомогательные. Не случайно статья посвящена именно матрице убеждающей коммуникации.

Итоговой составляющей матрицы убеждающей коммуникации следует считать эффект, произведенный действием коммуникативных стимулов на целевую аудиторию.

Коммуникативный эффект. Научно-практические разработки показывают, что целесообразно выделять два основных вида коммуникативных эффектов – когнитивный отклик и поведенческий отклик. Под когнитивным откликом

на сообщение понимается изменение знания и установок (которые мы измеряем как установочные факторы). Что касается *поведенческого* отклика, то здесь изменения касаются активности индивидов, выражающейся в покупках, голосовании, активной поддержке и т.д. В ходе достижения эффекта коммуникативного отклика, следует пройти ряд этапов. Так последовательность достижения эффекта при когнитивном отклике включает в себя следующие ступени: спонтанная известность – известность с поддержкой – узнавание – отождествление – запоминание – воспринимаемое сходство – важность – предпочтение – намерение [Newman: 586-592].

В то же время достижение эффекта при поведенческом отклике включает в себя такие ступени как: запрос информации – проверка – покупка – приверженность – удовлетворенность/неудовлетворенность. Использование знаний о последовательности прохождения этапов в отношении достижения необходимого отклика целевой аудитории позволяет в значительной степени решать проблему убеждающего воздействия и приблизится к достижению целей рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью.

В целом, можно сказать о процессе коммуникации должен рассматриваться комплексно, начиная с изучения содержания коммуникативных стимулов, заканчивая четким определением необходимых коммуникативных эффектов. Такой подход дает возможность в значительной степени усилить убеждающий эффект от воздействия этих стимулов.

Источники

- Бодрийяр Ж. (2011). Символический обмен и смерть. М.: Добросвет; Издательство КДУ.
- Викентьев И.Л. (2008). Приемы рекламы и Public Relations. СПб.
- Майерс Д. (2013). Социальная психология / пер. З. Замчук. Санкт-Петербург: Питер.
- Почепцов Г.Г. (2002). Стратегические коммуникации: стратегические коммуникации в политике, бизнесе и государственном управлении. К.: Альтерпресс.
- Фролов С.С. (2016). Связи с общественностью в работе фирмы. М.: URSS.
- Хомский Н. (2002). Язык и мышление. М.: Изд-во МГУ.
- Штайншаден Я. (2011). Социальная сеть. Феномен Facebook. СПб.: Питер.
- Castells M. (2010). The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society, and Culture. Oxford.
- Osgood Ch.E., Tzeng O. (eds) (1990). Language, Meaning, and Culture: The Selected Papers of C.E. Osgood. Praeger Publishers.
- Couldry N., Livingstone S., Markham T. (2007). Media consumption and public engagement: Beyond the presumption of attention. London.
- Foxall G., Goldsmith R. (1999). Consumer Psychology for marketing. ITBP London.
- Hamelink C. (2011). Thinking about the communicative city. Cities, Creativity, Con-nectivity: IAMCR. Istanbul.
- Jensen K.B. (ed.) (2002). A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies. London.
- Mattila P., Tokan F. (2011). Media as Multitasking. An Exploratory Study on Capturing Audiences Media Multitasking and Multiple Media Use Behaviors. Aalto University School of Economics.
- McAdam D., Tarrow S., Tilly C. (2001). Dynamics of Contention. Cambridge University Press, 2001.
- Newman M. (2010). Networks: An Introduction. Oxford: Oxford University Press.

- Chomsky N. (2007). *Failed States: The Abuse of Power and the Assault on Democracy*. NY: Metropolitan Books.
- Olson M. (1971). *The logic of collective action. Public goods and the theory of groups*. Harvard University Press.
- Rainie L., Wellman B. (2012). *Networked: The New Social Operating System*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Reckwitz A. (2002). Toward a theory of social practices. *European Journal of Social Theory*. Vol.5. No. 2. P.175-184.
- Robbins S.P. (1992). *Essentials of Organizational Behavior*. Prentice Hall. Englewood Cliffs. New Jersey.
- Trattner C., Kappe F. (2012). Social Stream Marketing on Facebook: A Case Study. *International Journal of Social and Humanistic Computing (IJSHC)*.

■ ■ ■ Influence over Target Audience Via Use of Persuasive Communication

Sergey S. Frolov

Moscow State Institute of International Relations, Moscow, Russian Federation.

Abstract. Communicative processes advertising and PR, exhibit certain characteristics that distinguish them from other information transfer processes. One of the most important specific blacks of such communicative processes is such an obligatory characteristic as conviction. Despite the fact that the persuasive part of the communication process in advertising and PR appears in all communicative models, it has a private, sporadic nature that can not satisfy the requirements for advertising and PR communications. In this regard, this can be done in order to create a model of the communicative process of a fully minded representative in accordance with the goals of advertising and PR specialists. The presented article is devoted to the consideration of such models of persuasive communication. To achieve the goals of building the process of convincing communication, we recommend to use the possibilities of communicative impact on the basis of the classical chain: communicative incentives – audience – effect. Identifying opportunities for effective persuasion, the stimulating effect produced by each of the components of the communication process is important: message, communicator, channel, situation. Each of these incentives has a number of characteristics that affect the perception by target audiences of the information contained in the message. It is especially important to take into account and form the situation of information, since it is the context of obtaining and decoding information that can have the strongest persuasive impact. At the same time, under the condition of persuasive influence, it is necessary that they are in the process of communication, as well as the susceptibility of individuals to the stimulating effect of the communicator. In general, the paper allows to identify and eliminate new ways to achieve the goals of advertising and public relations.

Keywords: model of persuasive communication, communicative stimuli, communicator, message, information situation, communication channel, effectiveness of communication, target audience, setting factors of the target audience

For citation: Frolov S.S. Influence over Target Audience Via Use of Persuasive Communication. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.1. P. 85-96. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-85-96.

Inf. about the author: Sergey Stanislavovich Frolov, Dr. Sc. (Soc.), professor at the department of sociology, Moscow State Institute of International Relations. 119454, Moscow, Vernadsky av., 76. E-mail: frolovss2002@yandex.ru.

Received: 04.02.2018. *Accepted:* 14.02.2018.

References

- Baudrillard J. (2011). Symbolic exchange and death. Moscow: Dobrosvet, Publishing house KDU (In Rus.).
- Castells M. (2010). The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society, and Culture. Oxford.
- Chomsky N. (2002) Language and Thinking. Moscow: Moscow State University (In Rus.).
- Chomsky N. (2007). Failed States: The Abuse of Power and the Assault on Democracy. NY: Metropolitan Books.
- Couldry N., Livingstone S., Markham T. (2007). Media consumption and public engagement: Beyond the presumption of attention. London.
- Foxall G., Goldsmith R. (1999). Consumer Psychology for marketing. ITBP London.
- Frolov S.S. (2016). Public Relations in Business. Moscow: URSS.
- Hamelink C. (2011). Thinking about the communicative city. Cities, Creativity, Con-nectivity: IAMCR. Istanbul.
- Jensen K.B. (ed.) (2002). A Handbook of Media and Communication Research: Qualita-tive and Quantitative Methodologies. London. P. 82-94.
- Mattila P., Tokan F. (2011). Media as Multitasking. An Exploratory Study on Capturing Audiences Media Multitasking and Multiple Media Use Behaviors. Aalto Uni-versity School of Economics.
- McAdam D., Tarrow S., Tilly C. (2001). Dynamics of Contention. Cambridge University Press, 2001.
- Myers, David J. (2013) Social psychology. St. Petersburg: Peter (In Rus.).
- Newman M. (2010). Networks: An Introduction. Oxford: Oxford University Press.
- Olson M. (1971). The logic of collective action. Public goods and the theory of groups. Harvard University Press.
- Osgood Ch.E., Tzeng O. (eds) (1990). Language, Meaning, and Culture: The Selected Papers of C.E. Osgood. Praeger Publishers.
- Pocheptsov G.G. (2002) Strategic communications: strategic communications in politics, business and public administration. Kiev: Alfterpress (In Rus.).
- Rainie L., Wellman B. (2012). Networked: The New Social Operating System. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Reckwitz A. (2002). Toward a theory of social practices. *European Journal of Social Theory*. Vol.5. No. 2. P.175-184.
- Robbins S.P. (1992). Essentials of Organizational Behavior. Prentice Hall. Englewood Cliffs. New Jersey.
- Steinschaden J. (2011). Social network. The phenomenon of Facebook. St. Petersburg: Peter (In Rus.).
- Trattner C., Kappe F. (2012). Social Stream Marketing on Facebook: A Case Study. *International Journal of Social and Humanistic Computing (IJSHC)*.
- Vikentiev I.L. (2008). Advertising Techniques and Public Relations. St. Petersburg (In Rus.).

■ ■ ■ Управление публичными правоохранительными коммуникациями в рамках диалогово-партнёрской модели взаимоотношений органов внутренних дел и населения

Дрючина И.Н.

Академия управления Министерства внутренних дел Российской Федерации, Москва, Российская Федерация.

Аннотация. В статье анализируется применение четырех моделей коммуникаций Дж. Грюнига и Т. Ханта (модель пропаганды, модель информирования общественности, двухсторонние ассиметричная и симметричная модели) в практике управления публичными правоохранительными коммуникациями. Автор приходит к выводу, что в наибольшей мере соответствует современным реалиям диалогово-партнёрская модель взаимоотношений органов внутренних дел и населения. Это даёт основание рассматривать управление коммуникациями ОВД как процесс организации системы коммуникаций и коммуникативного процесса между структурными подразделениями ОВД и населением, структурами гражданского общества и масс-медиа с целью обеспечения общественной безопасности. Основной задачей органов внутренних дел в управлении публичными правоохранительными коммуникациями становится конфигурирование релятивной сети, которая позволяет стейкхолдерам, вступать в связи и отношения, значимые для обеспечения общественной безопасности.

Ключевые слова: публичные правоохранительные коммуникации, двусторонняя симметричная коммуникация, органы внутренних дел, управление публичными правоохранительными коммуникациями

Для цитирования: Дрючина И.Н. Управление публичными правоохранительными коммуникациями в рамках диалогово-партнёрской модели взаимоотношений органов внутренних дел и населения // *Коммуникология*. 2018. Том 6. №1. С. 97-106. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-97-106.

Сведения об авторе: Ирина Николаевна Дрючина, заместитель начальника отдела делопроизводства и режима Академии управления Министерства внутренних дел Российской Федерации. Адрес: 125171, г. Москва, ул. Зои и Александра Космодемьянских, д. 8. E-mail: dinikoll@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 15.12.2017. *Принята к печати:* 24.01.2018.

Информационно-телекоммуникационные технологии превратили мир в «глобальную деревню» [Маклюэн]. Принципиальное отличие современного общества в том, что сейчас несопоставимо больше коммуникаций. При этом коммуникация – это не только процесс трансляции информации от источника к полу-

чителю, а также взаимодействие как механизм этой трансляции. Этим процессом необходимо управлять, чтобы с уверенностью получить намеченный результат коммуникаций.

Управление коммуникацией связано с переходом от естественных процессов развития коммуникационных структур общества к ее искусственным механизмам конфигурирования. Органы внутренних дел не являются исключением.

Возникает необходимость управления системой социальной коммуникации общества, а не только коммуникационными каналами между органами внутренних дел как управляющей системой и обществом как управляемой системой. Но, как справедливо считает А.Б. Белоусов, сегодня не принято задумываться о том, что такое управление коммуникацией. И под вывеской управления социальными коммуникациями оказались связи с общественностью, реклама, социальная психология, политическое консультирование и ещё десяток новых видов деятельности [Белоусов].

Изменения в моделях коммуникации в системе управления публичными правоохранительными коммуникациями

По мнению Дж. Грюниг и Т. Хант имеется четыре исторически возникающие модели коммуникации: модель пропаганды (модель пресс-агента), модель информирования общественности (модель общественной информации), а также двухсторонние ассиметричная и симметричная модели [Grunig, Hunt].

Модель пропаганды появилась в период роста политической и общественной активности, связанной со становлением гражданского общества. Она стала основой информационных предвыборных кампаний политических партий или кампании по продвижению правительственных программ. Особенно активное развитие пропаганда приобретает в годы первой мировой войны. Негативной коннотацией понятие «пропаганда» наполнилось в XX веке в связи с широким её использованием во время второй и третьей («холодной») мировых войн. В рамках данной модели коммуникатор убеждает общество или отдельные социальные группы в конкретном мнении, при этом часть достоверной информации удерживается от получения адресатом. Модель пропаганды и сегодня остаётся востребованной как вид интенсивной коммуникации, позволяющий при необходимости за короткий срок добиться результата в распространении нужной информации и приобретении большого количества сторонников пропагандируемой идеи [Пратканис, Аронсон].

В деятельности органов внутренних дел широко применяется правовая пропаганда [Киселёва; Адаева, Шимкин; Титова], решающая вопросы распространения и разъяснения правовых норм, регламентирующих деятельность органов внутренних дел и целей и задач, поставленных перед ними. При этом признаётся, что разъяснение населению государственной политики в области охраны общественного порядка, борьбы с преступностью и предпринимаемых в органах внутренних дел мер по ее реализации выступает в качестве основополагаю-

щего условия формирования объективного общественного мнения относительно работы органов внутренних дел.

Модель информирования общественности опирается на принцип распространения информации без необходимости убеждения. Она получила распространение в тот период, когда считалось, что общество представляет собой совокупность граждан, способных делать осмысленный и разумный выбор. Согласно такой модели, к ключевому мнению адресат приходит самостоятельно. Положительная сторона модели в правдивости информации. Её основоположник Айви Ли, в качестве одной из основных задач организации считал работу с прессой. Отрицательная сторона состоит в использовании одностороннего канала коммуникации, что позволяет только донести новость к аудитории, но не понять реакцию последней.

Отметим, что Айви Ли первый выявил взаимосвязь между положительными публикациями в прессе об организации или публичных деятелей и достижением ими новых успехов. Именно данная взаимосвязь лежит в основе современных концепций паблиситного (репутационного) капитала, в том числе используемая для повышения имиджа органов внутренних дел [Дмитриев].

Популярное понимание коммуникационной деятельности в рамках модели информирования общественности введено С. Блэком, который считал, что паблик рилейшнз – это одновременно искусство и наука достижения гармонии с окружающей средой посредством достижения взаимопонимания, основанного на правдивой и полной информации [Блэк]. Говоря о гармонии с окружающей средой, С. Блэк разграничивает пропаганду и паблик рилейшнз. Он определяет пропаганду как «эгоистичное» информационное воздействие, основанное исключительно на узких личных интересах. В этом случае цель достигается при помощи искажения фактов. Пропаганда нацелена на формирование группы людей, разделяющих пропагандируемые идеи. Паблик рилейшнз, напротив, – этическая деятельность, предполагающая долгосрочную ответственность. Отметим, что простое информирование играет немаловажную роль для общества. Человеку необходимо быстро ориентироваться в условиях стремительно меняющейся социальной действительности.

В отличие от предыдущей модели двухсторонняя ассиметричная модель работает с двухсторонней передачей информации или обратной связью. Асимметрия возникает от приоритетности информационных сообщений коммуникатора над информацией адресата. Мнения последнего исследуется, но учитывается только в интересах коммуникатора. Представитель этого направления Э. Бернейс называл коммуникационную деятельность «инженерией общественного согласия» [Бернейс]. Эта модель характеризуется направленностью убеждения на конкретные целевые аудитории. Она основывается на уже имеющихся знаниях об общественности и информации, полученной от неё. Э. Бернейс признавал возможным манипулирование массами (особенно потребительскими), обращаясь к их подсознательному [Бернейс 2012].

В условиях реформирования органов внутренних дел именно данная модель де-факто стало основой реализуемой коммуникативной стратегии. Её выбор обусловлен возникшим нарушением сотрудничества органов внутренних дел с общественностью, с ощутимым понижением отдачи правоохранительной работы и, в соответствии с этим, с внезапным падением авторитета структур правопорядка и доверия к ним. Под воздействием данных обстоятельств исследователи, с одной стороны, направили свой интерес на традиционные проблемы совершенствования взаимодействия органов внутренних дел с общественностью и средствами массовой информации [Комлев, Толчинский; Лаврова], с другой стороны, обратили внимание на технологии связей с общественностью как на инструмент повышения имиджа органов внутренних дел, их репутации, как средство формирования нового механизма взаимодействия и сотрудничества с населением [Благоразумный, Коробов].

Активация работы по налаживанию взаимодействия с населением в системе МВД России связана с началом административной реформы, предусматривающей в качестве одного из важнейших направлений повышение эффективности взаимодействия органов власти и гражданского общества. При этом внимание сконцентрировано на исследовании связей с общественностью как особой функции управления, которая «...помогает устанавливать и поддерживать общие принципы общения, понимания, согласия и сотрудничества между организацией и соответствующим ей кругом лиц. Она включает в себя разрешение различных проблем, обеспечивает администрацию информацией об общественном мнении и способствует ответственному к нему отношению, определяет и усиливает ответственность руководства в удовлетворении общественных интересов, помогает администрации эффективно и заблаговременно проводить изменения, предвосхищая те или иные тенденции, и использует в качестве своих инструментов научно обоснованные, надёжные и этические методы общения» [Блэк].

Наконец, в последней модели Дж. Грюнига и Т. Ханта, названной ими двухсторонней симметричной моделью, баланс отношений между получателем и отправителем партнёрский, а информация из вида монолога превращается в диалог. Принятие такой модели ведёт к тому, что упор делается не только на «правильную» реакцию общества на информационное воздействие, но и на формирование определённого типа коммуникаций, при котором каждая сторона готова изменить своё поведение, чтобы приспособиться к нуждам и интересам других. Соответственно, в такой модели масс-медиа отводится роль не средств донесения директивной информации от управляющей системы к управляемой, не манипулятора, а коммуникативного канала, способствующего улаживанию диалога между всеми заинтересованными сторонами в решении социально значимых проблем [Адамьянц, Шилова]. Именно такая модель сегодня становится основой публичного управления [Зотов; Шарков].

Такая модель заставляет субъекта управления обмениваться информацией с другими заинтересованными сторонами, способными влиять друг на друга и приспосабливаться к позициям и поведению друг друга. В такой модели орга-

нам внутренних дел как коммуникаторам следует рассматривать аудитории не как фон или пассивных наблюдателей, а как участников решения важных вопросов общественной безопасности [Шарков, Силкин]. Организация должна обеспечивает *«право всех стейкхолдеров быть услышанными и отчитываться перед ними за свои действия»* [Взаимодействие с заинтересованными...].

Особенности двусторонней симметричной коммуникации в системе управления органов внутренних дел

Сегодня понятие «взаимодействие с заинтересованными сторонами» все чаще используется для описания более широкого, открытого для участия и продолжительного процесса с участием организации и стейкхолдеров, предполагающего использование широкого спектра социально-коммуникативных технологий. Это стало проявлением более масштабных изменений, происходящих в публичном управлении, субъекты которого всё глубже осознают, какими репутационными рисками чреваты плохие взаимоотношения с заинтересованными сторонами, и уделяет всё больше внимания вопросам прозрачности и отчётности своей деятельности.

Основной задачей субъекта публичного управления становится задача быть «модератором диалога». Он должен стать коммуникатором, принять управление коммуникациями на себя, то есть быть способным к созданию правил и границ коммуникации, выбору места, способа, каналов, средств коммуникации. В этом случае представителям заинтересованных сторон создаются условия (без жёсткого регламентирующего воздействия) для осуществления собственной стратегии деятельности в соответствии с личной позицией по данному вопросу. В этой модели коммуникация имеет взаимный характер, а соотношения сил её субъектов сбалансированы. В этом случае все акторы публичной правоохранительной коммуникации не выпадают из системы управления органов внутренних дел, а, наоборот, являются дополняющим звеном информационного обмена. Отсюда, управление правоохранительной коммуникацией предстаёт как *«управление органами внутренних дел той частью социальных коммуникаций на обслуживаемой ими территории, от которых зависит эффективность их работы и, как следствие, состояние правопорядка. Связи с общественностью выступают средством установления двухсторонних информационно-коммуникационных отношений между органами внутренних дел и их общественностью, направленных на её подробное и объективное информирование, на достижение и поддержание на этой основе взаимопонимания, доверия и сотрудничества»* [Воронина]. При этом подразделения информации и общественных связей, реализующие эту функцию, должны использоваться в качестве механизма учёта и согласования интересов диалогово-партнёрский тип связей с общественностью, а не быть средством одностороннего воздействия на целевую аудиторию, отказавшись от пропагандистского типа [Благодарный, Коробов: 28].

Несмотря на то, что к настоящему моменту в России сложилось понимание необходимости объединения усилий общества и органов внутренних дел, общественно-государственное партнёрство в этом направлении только начинает формироваться. Его уровень и содержание, с одной стороны, характеризуют современное состояние управленческой деятельности в сфере внутренних дел, а с другой – являются критерием развитости публичного управления в российском обществе. Для целей управления правоохранительные коммуникации органов внутренних дел можно рассматривать как структурированное публичное пространство коммуникаций и выстроенный процесс информационного взаимодействия для формирования новых и корректировки старых общих смыслов, выработки общих дискурсов. Ведущая роль в этом взаимодействии принадлежит органам внутренних дел, которые и должны взять на себя роль модератора и модернизатора сложившихся коммуникативных практик, то есть принять управление правоохранительными коммуникациями на себя. В общем случае управлением правоохранительными коммуникациями подразумевает инициацию, направление и контроль над коммуникациями, а также над информационными процессами в контексте основной деятельности органов внутренних дел. А. Файоль, который считается основоположником теории менеджмента, характеризовал функции управления следующим образом: предвидеть; организовать; руководить; координировать; контролировать [Файоль]. Рассматривая данный комплект управленческих действий как базовый, соотнесём его с управлением социальной коммуникацией. Управлять коммуникацией означает: ставить цели коммуникации; определять коммуникативные стратегии и конкретные действия, направленные на достижение целей; организовать осуществление этих коммуникативных действий; координировать взаимодействие коммуникаторов; контролировать и корректировать процесс по результатам коммуникации [Федотова: 5].

Основным подходом к управлению публичной правоохранительной коммуникации является системный, который позволяет рассматривать последнюю как устойчивую систему акторов, вступающих во взаимодействия в целях реализации ими своих интересов. В этом случае необходима системная работа по налаживанию и поддержанию таких отношений, которая состоит в том числе из постоянного анализа целевых аудиторий и ключевых персон, анализа изменения моделей мышления этих целевых аудиторий, разработки способов и каналов налаживания и поддержания взаимоотношений, отслеживания обратной связи. Понимание системной организации правоохранительной коммуникации может способствовать устойчивому диалогу и налаживанию партнёрства между органами внутренних дел и обществом.

Для каждой сферы человеческой деятельности социальные коммуникации обладают особенностями, которые, если следовать логике структуры коммуникативного акта «кто, кому, что и каким образом передаёт», для коммуникаций в системе управления ОВД будут проявляться в целях и каналах (средствах), коммуникаторе и адресате.

Цель публичной правоохранительной коммуникации вытекает из их целевой функции системе управления ОВД – охрана общественного порядка и обеспечение социальной безопасности, в том числе защита жизни, здоровья, прав и свобод граждан, противодействие преступности. Исходя из функционала соответствующих структур МВД России в развёрнутом виде цель коммуникации можно определить как осуществление информационного обеспечения и пропаганды деятельности органов внутренних дел, организацию и поддержание взаимодействия с государственными органами и органами местного самоуправления, с политическими партиями, избирательными комиссиями, общественными и религиозными организациями, средствами массовой информации по вопросам формирования объективной общественной оценки подразделений и учреждений МВД России.

Эта формулировка отражает основную цель деятельности органов внутренних дел в системе социальных коммуникаций. Но цель эта по своему содержанию, на наш взгляд, сформулирована неполно, так как сводится только к однонаправленному информационному воздействию на общественность и взаимодействию с государством и гражданским обществом по формированию объективной оценки работы органов внутренних дел. Цель деятельности органов внутренних дел в системе социальной коммуникации несомненно шире, что нашло отражение в формулировке, предложенной учёными Академии управления МВД РФ. Так А.А. Благоразумный, В.Б. Коробов отмечают, что конечной целью развития связей с общественностью можно считать создание благоприятного контекста деятельности органов внутренних дел, подразумевающего развитую систему доверительных отношений с общественностью, оптимизирующую взаимный информационный обмен и взаимодействие [Благоразумный, Коробов].

Выводы

Таким образом, анализ управления публичными правоохранительными коммуникациями органов внутренних дел показал, что становление сетевого общества делает необходимым переход к двусторонней симметричной коммуникации, которая представляет собой единую многоканальную согласованную коммуникацию, ориентированную на установление отношений с контактной аудиторией (стейкхолдерами). Регулятивная роль социальных коммуникаций в правоохранительной сфере проявляется как при информационном воздействии на правосознание и правовое поведение граждан, так и в структурировании отношений между гражданами, общественными структурами и масс-медиа. Отсюда управление коммуникациями ОВД с целью обеспечения общественной безопасности представляет собой процесс организации системы коммуникаций и коммуникативного процесса между структурными подразделениями ОВД и населением, структурами гражданского общества и масс-медиа. Основной задачей органов внутренних дел в управлении публичными правоохранительными коммуникациями становится конфигурирование релятивной сети, которая по-

звolyает стейкхолдерам, вступать в связи и отношения, значимые для обеспечения общественной безопасности.

Источники

- Адаева О.В., Шимкин Е.О. (2016). Понятие и сущность правовой пропаганды как формы правового воспитания // Научная дискуссия: вопросы юриспруденции. № 7 (46). С. 12-15.
- Адамьянц Т.З. (1999). К диалогической телекоммуникации: от воздействия – к взаимодействию. М.: Институт социологии РАН. 136 с.
- Белоусов А.Б. (2004). Управление коммуникацией (Критические замечания к теории коммуникации) // Научный ежегодник Ин-та философии и права Уральского отделения РАН. Вып. 4. Екатеринбург. С. 292-314.
- Бернейс Э. (2012). Манипуляция общественным мнением: как и почему // Полис. № 4. С. 149-159.
- Бернейс Э. (2013). Инженерия согласия // Полис. № 4. С. 122-131.
- Благоразумный А.А., Коробов В.Б. (2004). Организация общественных связей органов внутренних дел. М.: Акад. упр. МВД России. 164 с.
- Блэк С. (1998). Введение в паблик рилейшнз: научное издание. Ростов-на-Дону: Феникс. 320 с.
- Взаимодействие с заинтересованными сторонами (2005): Практическое руководство по организации взаимодействия со стейкхолдерами / Т. Крик, М. Форстейтер, Ф. Монаган, М. Силанпа. М.: Международное проектное бюро «Деловая культура». 148 с. ()
- Воронина М.С. (2011). Связи с общественностью в управлении взаимодействием органов внутренних дел с населением: Дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08. Уфа. 176 с.
- Дмитриев А.Н. (2015). Доверие населения как фактор формирования имиджа правоохранительных органов в России // Правоохранительные органы: теория и практика. №1. С. 16-19.
- Зотов В.В. (2013). Информационно-коммуникационные основы диалога власти и общества // Коммуникология. Т.2. № 2. С. 66-76.
- Киселёва Н.А. (2011). К вопросу о роли и методике правовой пропаганды в правоохранительных органах РФ // Законность и правопорядок в современном обществе. № 6. С. 72-76.
- Комлев Ю.Ю., Толчинский Л.Г., Демидов В.Н. (2001). Средства массовой информации в коммуникативной деятельности органов внутренних дел: проблемы теории и практики. М.: ВНИИ МВД РФ. 187 с.
- Лаврова Л.Е. (1997). Средства массовой информации и органы внутренних дел. М.: «Феникс». 300 с.
- Маклюэн М. (2003). Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.; Жуковский: Канон-пресс-Ц; Кучково поле. 464 с.
- Пратканис Э.Р., Аронсон Э. (2002). Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения повседневное использование и злоупотребление. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК; М.: Нева. 380 с.
- Титова Е.А. (2017). Правовая пропаганда как форма профилактики правонарушений // Актуальные проблемы борьбы с преступлениями и иными правонарушениями. № 15-2. С. 261-263.
- Файоль А. (1992). Общее и промышленное управление. М.: Журн. «Контроллинг». 111 с.
- Федотова М.Г. (2006). Коммуникационный менеджмент. Омск: Изд-во ОмГТУ. 76 с.
- Шарков Ф.И. (2014). Информационно-коммуникационная парадигма развития российской государственности // Коммуникология. Т. 3. № 3. С. 111-118.
- Шарков Ф.И., Силкин В.В. (2017). Коммуникология: теория и практика массовой информации. М.: Дашков и К°. 160 с.
- Шилова В.А. (2015). Коммуникативное поле управления: теория, методология, практика: монография. М.: Логос. 204 с.
- Grunig J.E., Hunt T. (1984). Managing Public Relations. New York: Holt. Rinehart & Winston.

■ ■ ■ Management of Public Communication within the Framework of a Dialogue-Partner Model in Interactions between the Law Enforcement Agencies and Population

Irina N. Dryuchina

Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Moscow, Russian Federation.

Abstract. The article analyzes the application of the four communication models of J. Grunig and T. Hunt (press agency/publicity; public information model; two-way asymmetrical and symmetrical models) in the practice of public law enforcement communications. The author concludes that the dialogue and partnership model of interrelations between law-enforcement bodies and the population corresponds to the modern realities to the greatest extent. This gives grounds for considering the public law enforcement communications management as a process of organizing a communication system and a communicative process between the structural divisions of the law enforcement agencies and the population, civil society structures and the media in order to ensure public safety. Thus, the main task of law enforcement agencies in the field of public law enforcement communication management is to build and maintain the configuration of a relational network that allows stakeholders to enter relationships significant for ensuring public security.

Keywords: public law enforcement communication, bilateral symmetric communication, law enforcement agencies, management of public law enforcement communication

For citation: Dryuchina I.N. Management of Public Communication within the Framework of a Dialogue-Partner Model in Interactions between the Law Enforcement Agencies and Population. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No. 1. P. 97-106. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-97-106.

Inf. about the author: Dryuchina Irina Nikolaevna, deputy head of the documentation management office, Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia. Address: 125171, Moscow, Zoya & Alexander Kosmodemyansky st., 8. E-mail: dinikoll@mail.ru.

Received: 15.12.2017. *Accepted:* 24.01.2018.

References

- Adaeva O.V., Shimkin E.O. (2016). The Concept and Essence of Legal Advocacy as a Form of Legal Education. *Jurisprudence Issues*. No.7 (46). P. 12-15 (In Rus.).
- Adam'yanc T.Z. (1999). To dialogical telecommunication: from impact to interaction. Moscow: ISRAS (In Rus.).
- Belousov A.B. (2004). Management of Communication (critical remarks on communication theory). *Scientific Yearbook of the Institute of Philosophy and Law, Russian Academy of Sciences, Ural branch*. Vol. 4. Ekaterinburg. P. 292-314 (In Rus.).
- Bernays E. (2012). Manipulating Public Opinion: The Why and the How. *Political Studies (Polis)*. No.4. P. 149-159 (In Rus.).

- Bernays E. (2013). The Engineering of Consent. *Political Studies (Polis)*. No.4. P. 122-131 (In Rus.).
- Blagorazumnyi A.A., Korobov V.B. (2004). Internal Affairs Bodies PR Organization. Moscow. Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia (In Rus.).
- Black S. (1998). Introduction to Public Relations. Rostov-on-don: Feniks (In Rus.).
- Krick T., Forstater M., Monaghan P., Sillanpää M. (2005). The Stakeholder Engagement Manual. Vol. 2: The practitioner's handbook on stakeholder engagement. Moscow: International project bureau "Business Culture" (In Rus.).
- Voronina M.S. (2011). Public Relations in Managing the Interaction of Law Enforcement Agencies with the Population. Diss. Cand. Sc. (Soc.). Ufa (In Rus.).
- Dmitriev A.N. (2015). Trust of the population as a factor of formation of image of law enforcement agencies in Russia. *Law Enforcement: Theory and Practice*. No.1. P. 16-19 (In Rus.).
- Zotov V.V. (2013). Information and communication bases of the dialogue between government and society. *Communicology*. Vol. 2. № 2. P. 66-76. (In Rus.).
- Kiseleva N.A. (2011). To the question of the role and techniques of legal advocacy in law enforcement bodies of the Russian Federation. In: *Law and Order in Modern Society*. No. 6. P. 72-76. (In Russ.).
- Komlev Y.Y., Tolchinskij L.G., Demidov V.N. (2001). The media in the communicative activities of internal Affairs bodies: theory and practice. Moscow. All-Russian Scientific-Research Institute of the Ministry of Internal Affairs (In Rus.).
- Lavrova L.E. (1997). Mass Media and the Internal Affairs Bodies. Moscow: Feniks (In Rus.).
- Mcluhan M. (2003). Understanding Media: the Extensions of Man. Moscow, Zhukovskij: Kanon-press – Kuchkovo Pole (In Rus.).
- Pratkanis E.R., Aronson E. (2002). Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion. Moscow: Neva (In Rus.).
- Titova E.A. (2017). Legal propaganda as a form of prevention of offenses. *Actual Issues of Preventing Crimes and other Delicts*. No. 15-2. P. 261-263 (In Rus.).
- Fayol H. (1992). General and Industrial Management. Moscow: Controlling (In Rus.).
- Fedotova M.G. (2006). Communication Management. Omsk: OmGTU (In Rus.).
- Sharkov F.I. (2014). Information and communication paradigm of development of the Russian statehood. *Communicology*. Vol. 3. No. 3. P. 111-118. (In Russ.).
- Sharkov F. I. Silkin, V. V. (2017). Communicology: theory and practice media. M.: Dashkov and Co.
- Shilova V.A. (2015). Communicative field of management: theory, methodology, practice. Moscow: Logos (In Rus.).
- Grunig J., Hunt T. (1984). Managing Public Relations. New York: Holt, Rinehart & Winston.

■ ■ ■ Оценка информационной безопасности интернет-среды пользователями социальных сетей

Кривоухов А.А.

Курская государственная сельскохозяйственная академия имени И.И. Иванова, Курск, Российская Федерация.

Аннотация. В статье приводятся оценки изменений в безопасности жизнедеятельности вследствие внедрения информационно-телекоммуникационных технологий. На основе данных опроса, проведённого в режиме онлайн в социальных сетях «ВКонтакте» и «Twitter», автор показывает, что пользователи этих сетей оценивают жизнедеятельность в современном обществе как более опасную, а уровень открытости своих персональных данных в сети как высокий или средний, что сопровождается распространением чувства незащищённости от преступных посягательств при работе в сети интернет. В то же время, из-за опасений виктимизации и определённой закрытости сетевых сообществ, пользователи социальных сетей выбирают взаимное информирование в качестве меры борьбы с информационными угрозами. В итоге автор приходит к выводу о необходимости формирования компетентности в области информационной безопасности как составляющей информационной и коммуникационной культуры современного человека.

Ключевые слова: информационная безопасность, информационно-коммуникационная среда, интернет среда, социальные сети, киберпреступление

Для цитирования: Кривоухов А.А. Оценка информационной безопасности интернет-среды пользователями социальных сетей. *Коммуникология*. 2018. Том 6. №1. С. 107-117. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-107-117.

Сведения об авторе: Анатолий Анатольевич Кривоухов, кандидат юридических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин Курской государственной сельскохозяйственной академии имени И.И. Иванова. Адрес: 305021, г. Курск, ул. Карла Маркса, 70. E-mail: anatka@rambler.ru.

Статья поступила в редакцию: 18.12.2017. *Принята к печати:* 10.01.2018.

Понятие информационной безопасности

Современная информационно-коммуникационная среда служит новой средой жизнедеятельности для миллиардов людей, но одновременно с этим являющейся для них новой информационной опасностью. Ещё в конце прошлого века С. Паринов писал: «*Мы строим Интернет-цивилизацию, которая будет обладать высокой гибкостью и быстрым коллективным разумом. Наш инстинкт самосохранения должен помочь нам встроить в её конструкцию защитные механизмы, которые уберегут нас от «вавилонской» катастрофы*» [Паринов].

Наращение информационных потоков, проникновение коммуникации во все сферы жизнедеятельности общества, возникновение и развитие качественно нового типа коммуникационных структур требуют глубокого переосмысления без-

опасности человека в целом, и информационной безопасности, в частности. На наш взгляд, понятие информационная безопасность нужно связывать с коммуникативными практиками, реализуемыми в информационно-коммуникационной среде, которая, будучи местом, где синхронизируют информационное взаимодействие множество социальных субъектов, способна наиболее широко обеспечить коммуникацию между индивидами [Зотов]. Нормальная жизнедеятельность современного общества определяется качеством функционирования и уровнем безопасностью информационно-коммуникационной среды, в первую очередь социальных сетей. Данная среда используется для разных целей. Например, для целей общения, размещения информации, совершения сделок, продвижение бизнес-услуг и многое другое. Информационно-коммуникационная среда может быть прекрасным и полезным средством для обучения, отдыха или общения. Несмотря на положительную сторону расширения использования социальных сетей, существуют определённые недостатки: пока одни извлекают пользу от существования социальных сетей, в первую очередь экономя своё время, другие используют их для пропаганды насилия, экстремизма, вымогательства, шантажа, мошенничества, совершения преступлений. В целом, есть серьёзные основания предполагать, что опасности и угрозы, связанные с тотальной информатизацией общества, сопоставимы с открываемыми этим процессом новыми возможностями.

В настоящее время уже достаточное количество научных публикаций, исследующие данную среду как антропо- или социотехнический феномен [Геворкян; Зубрилин]. Это позволяет рассматривать информационную безопасность как антросоциотехнический феномен. А саму информационную безопасность определить, как состояние защищённости от негативных информационных воздействий информационной сферы и её субъектов, циркулирующей информации, при котором риск ухудшения функционирования и развития социума и его элементов минимален [Кривоухов, Зотов].

При этом именно личность является ключевым звеном информационной безопасности в триаде (человек – общество – техника). Между тем личность, по мнению некоторых исследователей, зачастую оказывается за гранью большинства существующих нормативных документов, регулирующих отношения в сфере информационной безопасности [Шиловцев]. Но, как и реальный мир, информационно-коммуникационная среда может быть опасна для человека: в ней проявляются свои информационные опасности, то есть возникают ситуации, при которой человеку может быть причинён существенный вред, а также скрываются угрозы для информационной безопасности, то есть совершаться действия, явления или процессы, способные оказать нежелательное воздействие на человека, систему его знаний, ценностей и норм.

Методы исследования оценок пользователей социальных сетей информационной безопасности Интернет-среды

Основная цель проведённого исследования заключалась в получение оценок пользователей социальных сетей информационной безопасности Интернет-

среды. На конец лета 2017 года суточная аудитория интернета (ответившие, что выходили в Сеть в последние сутки) составила 60% взрослых россиян, недельная – 67%, месячная – 70% (что составляет соответственно 70,4, 78,5, 81,8 млн. человек)¹. Количество проявивших себя в социальных сетях за май 2017 года составило 38 млн. человек (32,4% населения). В связи с этим в последнее время широкое распространение получают методы онлайн-исследований (онлайн-опросов). Опрос проводился в режиме онлайн в социальных сетях «ВКонтакте» и «Twitter». Выбор данных платформ обоснован следующими факторами:

- высокая востребованность среди интернет-пользователей;
- универсальность охватываемой аудитории пользователей;
- наличие специального функционала, позволяющего проведение опроса мнений пользователей.

Общий охват аудитории, аккаунтов, применяемых для проведения исследования, превышает 300 тыс. пользователей. В среднем, на каждый из представленных вопросов ответило около 400 уникальных пользователей. Социальный портрет респондента, выбравшего форму опроса онлайн в целом соответствует половозрастной структуре пользователей интернет. Мужская аудитория преобладает в Интернете – по данным разных исследовательских компаний, насчитывается от 52 до 56% от общего числа пользователей. Наиболее массовая аудитория Сети – граждане РФ в возрасте от 18 до 34 лет – в среднем 62% пользователей. Примерно 33% аудитории Сети – люди от 35 до 54 лет.

Оценка информационной безопасности жизнедеятельности и уровня публичности личных данных

Разумеется, изменения, происходящие в обществе под влиянием сетевых средств массовой коммуникации, не ограничиваются только определёнными преимуществами и выгодами – они порождают массу опасностей для человека. В итоге более половины (52%) считают, что жизнедеятельность в современном обществе вследствие внедрения информационно-телекоммуникационных технологий стала опасней (см. рис. 1).

Следует отметить, что ряд исследователей фиксирует, что в последнее время доля населения России, столкнувшегося с проблемами информационной безопасности, сокращается: если в 2013 году они в общей массе пользователей составляли 67,8%, то в 2015 году – только 34,1% [Подольная]. Но это говорить не столько о том, что проблемы информационной безопасности уходят на задний план, а том, что в современном обществе отечественный интернет-пользователь учится жить в условиях постоянных информационных угроз. Он стал внимательней относиться к защите персональной информации в Интернете. В период с 2013 по 2016 год существенно меньше стало тех, кто оставляет без внимания вопросы безопасности данных (с 32% до 20%). Среди принимаемых мер самая

¹ Интернет в России: динамика проникновения [лето 2017] // Фонд Общественное Мнение: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13783>

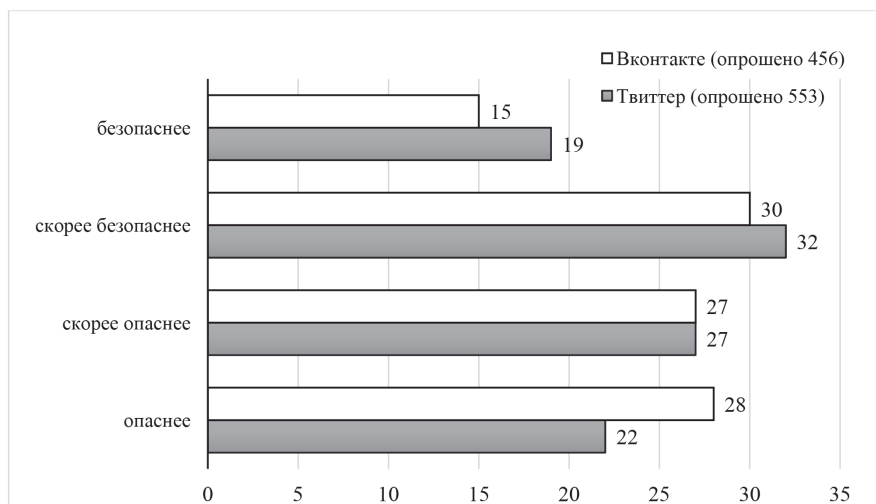


Рисунок 1. Мнения респондентов о том, стала ли жизнедеятельность в современном обществе вследствие внедрения информационно-телекоммуникационных технологий более безопасной, или нет (Respondents' opinions on whether social activity in modern society in consequence of the introduction of information and telecommunication technologies has become more secure, or not)

распространённая – использование антивирусных программ. К данной мере защиты информации прибегают 53%, причём сегодня её применяют существенно чаще, чем три года назад (31%). Сегодня 29% пользователь избегает публикации личной информации в социальных сетях, 26% – использует сложные пароли и часто их меняет (В 2013 году таких было по 17%). Заметно выросло и количество тех, кто «чистит кэш», удаляя информацию о введённых паролях, истории просмотров и загрузок – с 9% до 16%, соответственно¹.

Интернет-пространство поражает уровнем публичности жизни любого человека: конфиденциальность личной информации утрачивается без согласия индивида. ВКонтакте, Фейсбук, Одноклассники, Твиттер, Инстаграм, как и любая другая социальная сеть, в которой активно ведётся аккаунт, полностью раскрывает человека. Любой заинтересованный в раскрытии личностных особенностей человека по странице в социальной сети составить его портрет, получив информацию об увлечениях, политических взглядах, круге общения. По музыке, которую слушает пользователь, можно сделать выводы о его предпочтениях, характере, настроении.

Ежедневно каждый пользователь интернет сети делает более десятка запросов в поисковых системах. Вся эта информация сохраняется и анализируется.

¹ Новое о цифровой грамотности, или россияне осваиваются в сети // Всероссийский центр изучения общественного мнения. Пресс-выпуск №3084 [опубликовано 15.04.2016]: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115657>

Уже сегодня за каждым пользователем идёт незримая и автоматизированная слежка. Где бывает, с кем разговаривает, что ищет в сети интернет. Современные системы обработки данных научились анализировать практически всю информацию о человеке, а в ближайшем будущем они смогут составлять психологический портрет, что позволит вычислительным машинам иметь информации о человеке больше, чем он сам знает о себе.

На основе этого минимум предлагается таргетированная реклама, а максимум – создание двойника, аккаунт которого соответствует информационному образу жизни реального человека. Неслучайно треть опрошенных нами респондентов оценивают уровень открытости персональных данных в сети как высокий, и ещё треть как средний.

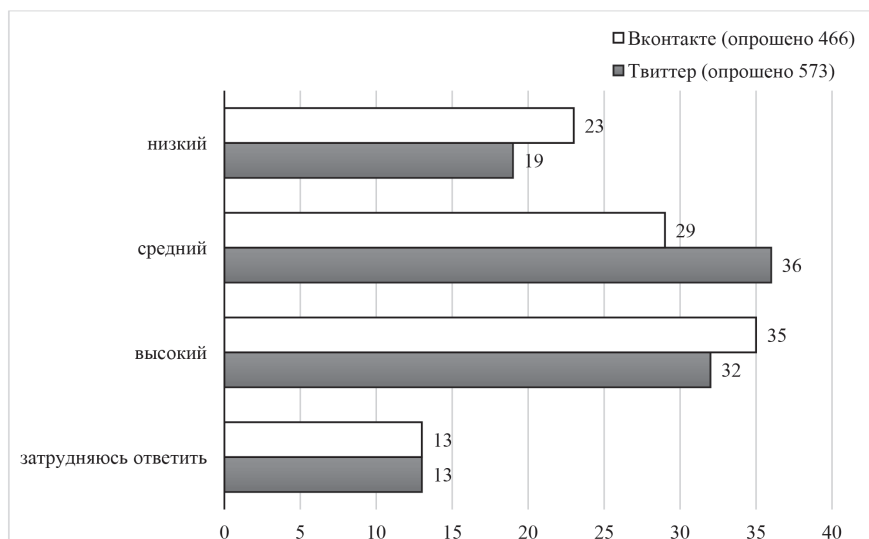


Рисунок 2. Распределение ответов на вопрос «Как Вы оцениваете уровень открытости ваших персональных данных в сети?», % (Distribution of answers to the question “How do you assess the level of openness of your personal data on the network”, as %)

Оценка уровня защищённости от киберпреступлений и меры по предотвращению угроз информационной безопасности

В современном мире значительное число правонарушений совершается посредством использования информационно-телекоммуникационных технологий. Это так называемые киберпреступления, которые включают как распространение вредоносных вирусов, взлом паролей, кражу номеров банковских карт и других банковских реквизитов, фишинг, так и распространение противоправной информации (клеветы, материалов порнографического характера, материалов, возбуждающих межнациональную и межрелигиозную вражду и т.п.) че-

рез Интернет, а также вредоносное вмешательство через компьютерные сети в работу различных систем. Статистика киберпреступности имеет высокие показатели. В 2017 году (за 10 месяцев) количество преступлений, совершенных с использованием компьютерных и телекоммуникационных технологий составило 82440, что составляет 4,2% от всех преступлений¹. Следствием широкого распространения данного явления является распространение чувства незащищённости от преступных посягательств при работе в сети интернет. Такое чувство испытывают более половины опрошенных (19% дали ответ в категорической форме, 32% – в более либеральной). В этих условиях закономерно, что намерениями совершить какие-либо действия (транзакции) сильно зависят от текущей оценки безопасности социальных сетей (наличие/отсутствие уведомлений об уровне информационных угроз).

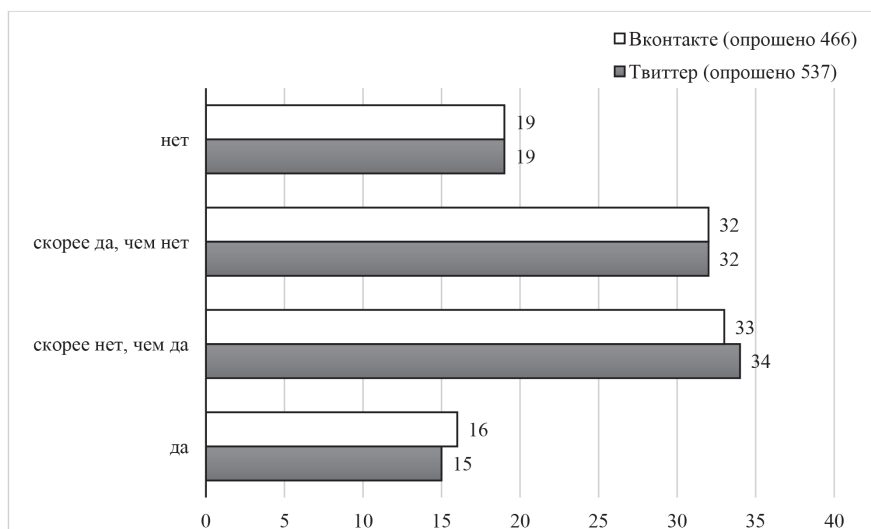


Рисунок 3. Распределение ответов на вопрос «Чувствуете ли вы себя защищённым от преступных посягательств при работе в сети интернет?» (Distribution of answers to the question “Do you feel protected from criminal attacks when working on the Internet?”)

Сегодня в большинстве случаев (48%) пользователи социальных сетей при столкновении с информационными угрозами чаще всего обходятся лишь предупреждением своего ближайшего круга о возникновении такой ситуации (рис. 4). Обращение в правоохранительные органы или иные организации, регулирующие деятельность пользователей в информационно-коммуникационной среде не распространено.

¹ Состояние преступности в России (за январь-ноябрь 2017 года) // ФКУ «Главный информационно-аналитический центр» Министерства внутренних дел Российской Федерации: <https://xn--b1aew.xn--p1ai/folder/101762/item/11830347/>

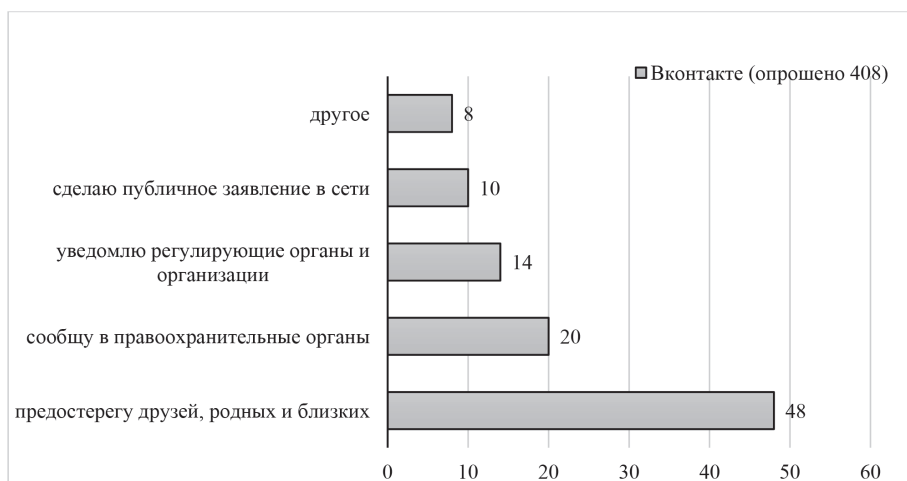


Рисунок 4. Распределение ответов на вопрос «Сообщите ли Вы кому-либо об опасной / вредной информации, если найдёте ее в сети Интернет?», % (Distribution of answers to the question “Do you inform anyone about dangerous / harmful information if you find it on the Internet?”, as %)

Такое поведение может быть связано с виктимизацией пользователя социальных сетей [Saridakis, Benson, Ezingear, Tennakoon], его обвинением в ненадлежащем поведении, приведшем к проявлению информационной угрозы: «не стоило посещать данный ресурс», «не нужно было переводить деньги за товар сомнительного происхождения» и т.д. Кроме того, столкнувшись с информационной угрозой, пользователь социальной сети не желает терять своё время и материальные ресурсы на бюрократические процедуры, тем более, если сотрудники ведомств, ответственных за информационную безопасность, не проявляют интерес к данной теме.

В тоже время не стоит забывать, что социальные сети – это осознанно выстраиваемые связи, основанные на доверии агентов-партнёров, осуществляющих целенаправленную деятельность, ориентированную на взаимное достижение желаемого для сетевого сообщества результата [Заякина]. Возможно поэтому по отношению циркулирующей в сети информацией запускаются процессы фильтрации и механизмы предупреждения «своих».

Повышенный уровень информационных угроз в информационно-коммуникационной среде заставляет её акторов искать возможность формирования компетентности в области безопасности, которые позволили бы ему самостоятельно оценивать опасность тех или иных ресурсов, противостоять возникающим в глобальной сети Интернет новым угрозам и рискам, компьютерной и интернет-зависимости. Такую необходимость испытывают более – опрошенных (рис. 5). Наиболее предпочитаемой формой формирования данной компетентности для респондентов, представляющих пользователей социальных сетей, является дистанционное прохождение специальной обучающей программы (39%).

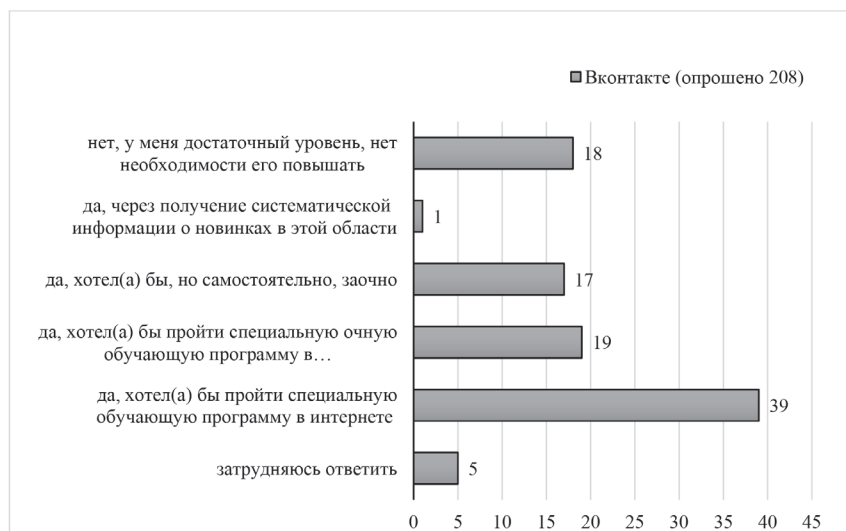


Рисунок 5. Распределение ответов на вопрос «Хотели бы Вы повысить свою компетентность в области безопасности при работе в информационно-коммуникационной среде?», % (Distribution of answers to the question “Would you like to increase your competence in the field of security when working in the information and communication environment?”, as %)

В этих условиях важной задачей является формирование и дальнейшее развитие информационной и коммуникационной культуры как компетентности современного пользователя социальной сети. Важнейшей чертой данной компетентности является эффективное использование в повседневных социальных практиках информационно-телекоммуникационных технологий, открывающее широкий доступ к информации и ведущее к новому уровню коммуникации [Шарков, Зотов].

Вывод

Таким образом, понимание информационно-коммуникационной среды как антропосоциотехнического феномена позволяет рассмотреть личность как один из ключевых звеном информационной безопасности в триаде (человек – общество – техника). Оценка информационной безопасности Интернет-среды для пользователей социальных сетей проводилась на основе данных опроса, проведённого в режиме онлайн в социальных сетях «ВКонтакте» и «Twitter». Результаты исследования позволяют сделать вывод, что пользователи оценивают жизнедеятельность в современном обществе как ставшую более опасной, а уровень открытости своих персональных данных в сети как высокий или средний, что сопровождается распространением чувства незащищённости от преступных посягательств при работе в сети интернет. В то же время, пользователи соци-

альных сетей, из-за опасений виктимизации и определённой закрытости сетевых сообществ, в качестве меры борьбы с информационными угрозами выбирают взаимное информирование, а не обращение в правоохранительные органы или органы, ответственные за информационные процессы. Автор приходит к выводу о необходимости формирования компетентности в области информационной безопасности как составляющей информационной и коммуникационной культуры современного человека. В свете результатов данного исследования целесообразность контроля российского государства за виртуальным пространством не вызывает сомнений.

Источники

Геворкян А.В. (2006). Роль человека в современных социотехнических системах: Дис. ... канд. филос. наук: 09.00.08. Москва.

Заякина Р.А. (2016). Информационная безопасность в социальных сетях: топологический подход // Проблемы правового обеспечения безопасности личности, общества и государства: сборник статей по материалам ежегодной международной научно-практической конференции в 3 т. / коллектив авторов: под ред. С.А. Полякова. Новосибирск: Изд-во НГТУ. Т. 1. С. 52-57.

Зотов В.В. (2007). Становление информационно-коммуникативной среды современного общества: социологический анализ институциональных трансформаций. Курск: Изд-во КурскГТУ.

Зубрилин А.А. (2001). Интернет: технологический и социальный аспекты // *Информатика и образование*. № 7. С. 53-62.

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

Паринов С. (1999). Истоки Интернет-цивилизации // *INTER.NET*. № 15 [электронный ресурс]: <http://www.inter.net.ru/>

Подольная Н.Н. (2016). Информационная безопасность использования домашними хозяевами России сети интернет в условиях обострения угроз кибертерроризма // Национальная безопасность в современной России: стратегия противодействия экстремизму и терроризму и перспективы преодоления глобальных проблем: материалы Всероссийской научной конференции: в 2 т. Т. 1. Саранск: ИП Афанасьев. С. 102-108.

Шарков Ф.И., Зотов В.В. (2016). Информационная и коммуникативная культура как необходимая компетенция профессиональных стандартов специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью // XX международная научно-методическая конференция заведующих кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью, дизайна и смежных направлений / Сборник материалов: под общ. ред. В.А. Евстафьева. М.: Экон-Информ. С. 159-166.

Шиловцев А.В. (2012). Современные информационные технологии как фактор угроз безопасности личности в современной России: аксиологический аспект // *Информационное право*. № 2 (29). С. 13-17

Saridakis G., Benson V., Ezingard J.N., Tennakoon H. (2016). Individual Information Security, User Behaviour and Cyber Victimization: an empirical study of social networking users // *Technological Forecasting and Social Change*. No. 102. P. 320-330.

Benson V., Saridakis G., Tennakoon H., Jean-Noel E. (2015). The Role of Security Notices and Online Consumer Behaviour: an empirical study of social networking users // *International Journal of Human-Computer Studies*. No. 80. P. 36-44.

■ ■ ■ Assessment of Information Security of the Internet Environment by the Users of Social Networks

Anatoliy A. Krivoukhov

Kursk State Agricultural Academy, Kursk, Russian Federation.

Abstract. The paper provides the evaluation of changes in the safety of social activity in the aftermath of the introduction of information and telecommunication technologies. Based on the data of the online poll on social networks “VKontakte” and “Twitter”, the author shows that users of these networks evaluate the activity in modern society as more dangerous, and the level of openness of their personal data in the network as high or medium. This raises the feeling of insecurity from criminal encroachments when working on the Internet. At the same time, due to the fears of victimization and a certain closeness of network communities, social network users choose mutual information as a measure to combat information threats. As a result, the author concludes that it is necessary to increase public competence in the field of information security as a component of the information and communication culture of modern man.

Keywords: information security, information and communication environment, social networks, cybercrime

For citation: Krivoukhov A.A. Assessment of Information Security of the Internet Environment by the Users of Social Networks. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No. 1. P. 107-117. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-107-117.

Inf. about the author: Krivoukhov Anatoliy Anatolievich, Cand. Sc. (Law), senior lecturer at the Department of Humanitarian Disciplines, Kursk State Agricultural Academy. Address: 305021, Kursk, Karl Marx st., 70. E-mail: anatka@rambler.ru.

Received: 18.12.2017. *Accepted:* 10.01.2018.

References

- Gevorkian A.V. (2006). The role of man in modern sociotechnical systems: Diss. Cand. Sc. (Philos.). Moscow (In Rus.).
- Zaiakina R.A. (2016). Information security in social networks: topological approach. Legal problems of the security of the individuals, society and the state: a collection of articles on the materials of the annual international scientific and practical conference in three volumes / ed. S.A. Polyakova. Novosibirsk: Novosibirsk State Technical University. Vol. 1. P. 52-57 (In Rus.).
- Zotov V.V. (2007). The evolvement of the information and communication environment of modern society: the sociological analysis of institutional transformations. Kursk: Kursk State Technical University (In Rus.).
- Zubrilin A.A. (2001). Internet: technological and social aspects. *Informatics and Education*. No. 7. P. 53-62 (In Rus.).
- Krivoukhov A.A., Zotov V.V. (2017). Information security as anthroposociotechnical phenomenon. *Communicology*. Vol. 5. No. 4. P. 71-81 (In Rus.).

Parinov S. (1999). The origins of the Internet civilization. *INTER.NET*. No. 15 [electronic journal]: <http://www.inter.net.ru/> (In Rus.).

Podolnaya N.N. (2016). Information Security of the Use of the Internet by Russian Households in the Conditions of Aggravation of Cyber Terrorism Threats. National Security in Modern Russia: Strategy for Countering Extremism and Terrorism and Prospects for Overcoming Global Problems: Proceedings of the All-Russian Scientific Conference: in 2 volumes. T. 1. Saransk: Afansiev. P. 102-108 (In Rus.).

Sharkov F.I., Zotov V.V. (2016). Informational and communicative culture as a necessary competence of the professional standards of a specialist in the sphere of advertising and public relations. XX International Scientific and Methodical Conference of the Heads of the Departments of Marketing, Advertising, Public Relations, Design and Related Disciplines. Ed. V.A. Evstafyeva Moscow: Econ-Inform. P. 159-166 (In Rus.).

Shilovtcev A.V. (2012). Modern Information Technologies as a Factor of Threats to Personal Security in Modern Russia: the Axiological Aspect. *Information Law*. No. 2 (29). P. 13-17 (In Rus.).

Saridakis G., Benson V., Ezingard J.N., Tennakoon H. (2016). Individual Information Security, User Behaviour and Cyber Victimization: an empirical study of social networking users. *Technological Forecasting and Social Change*. No. 102. P. 320-330.

Benson V., Saridakis G., Tennakoon H., Jean-Noel E. (2015). The Role of Security Notices and Online Consumer Behaviour: an empirical study of social networking users. *International Journal of Human-Computer Studies*. No. 80. P. 36-44.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ:
АНАЛИЗ МОНОГРАФИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

THEORY AND PRACTICE OF SOCIAL COMMUNICATION:
ANALYSIS OF MONOGRAPHIC STUDIES

■ ■ ■ Великий шелковый путь как уникальный коммуникационный проект в истории человеческой цивилизации: уроки, проблемы, перспективы

Назаров А.Д.¹, Кораблева И.С.²

1. Институт государственной службы и управления РАНХиГС, Москва, Российская Федерация.

2. Информационное агентство России ТАСС, Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Великий шелковый путь явился уникальным коммуникационным проектом в истории человеческой цивилизации. Его современное состояние, как и история его возникновения и двухтысячелетнего существования, позволившего передать в Европу достижения китайской науки и техники, а также философско-религиозные воззрения Поднебесной, привлекает внимание ученых как в России, так и за рубежом. Данная статья дает краткий содержательный обзор нынешнему состоянию исследования осовремененного варианта Великого шелкового пути применительно к эпохе глобализации. Указывает на неиспользованные резервы и возможности задействования научно-технического, делового, торгового, интеллектуального потенциала Китая и сопредельных стран, находящихся в русле данной магистрали.

Ключевые слова: Великий шелковый путь, научно-технические и торговые связи, гуманитарное сотрудничество, этнокультурные и поликонфессиональные коммуникации, медиа обмен

Для цитирования: Назаров А.Д., Кораблева И.С., Великий шелковый путь как уникальный коммуникационный проект в истории человеческой цивилизации: уроки, проблемы, перспективы. *Коммуникология*. 2018. Том 6. №1. С. 119-128. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-119-128.

Сведения об авторах: Александр Данилович Назаров, доктор исторических наук, профессор кафедры общественных связей и медиаполитики отделения журналистики ИГСУ РАНХиГС, член Комиссии по вопросам информационного сопровождения государственной национальной политики Совета при Президенте Российской Федерации по межнациональным отношениям; Инна Сергеевна Кораблева, руководитель отдела по связям с Азией и Китаем Управления международных связей информационного агентства России ТАСС, магистрант кафедры общественных связей и медиаполитики отделения журналистики ИГСУ РАНХиГС. Адрес: 119571, г. Москва, пр. Вернадского, 84. E-mail: ad.nazarov@migsu.ranepa.ru.

Статья поступила в редакцию: 22.01.2017. *Принята к печати:* 06.02.2018.

Уже не одно десятилетие мировая общественность следит за неуклонным и поступательным развитием экономики и социальной сферы Китая. На удивление друзьям и недругам эта страна превращается в динамично развивающееся государство, где решаются сложнейшие политические, экономические и об-

щественные задачи, растет благосостояние населения, статус Китайской Народной Республики (КНР) как сверхдержавы наполняется новым современным содержанием.

Немаловажно и то, что в русле этих процессов у Китая и России сложилось прочное стратегическое партнерство, многоуровневый и разносторонний характер сотрудничества, на должном уровне поддерживается взаимопонимание в политическом, торгово-экономическом, энергетическом, транспортном, инвестиционном и военно-техническом диалоге. Предметом особого внимания является гуманитарное сотрудничество, получившее новый импульс в ходе проведения в 2016 и 2017 гг. Годов российских и китайских средств массовой информации, вошедших в повседневную практику медиаобменов, свидетельствующих о вступлении Китая в активную фазу возрождения Великого шелкового пути, выражающуюся в инициативе строительства «Одного пояса и одного пути», вовлечения в него новых партнеров, ключевым из которых стала Российская Федерация.

В этой связи все большее внимание и интерес в нашей стране и за рубежом начинает приобретать изучение социального и экономического феномена Великого шелкового пути, просуществовавшего более двух тысячелетий, как непревзойденного коммуникационного мегапроекта, сыгравшего важнейшую роль на заре развития человеческой цивилизации. Отдавая должное отечественному опыту истории торгового пути «из варяг в греки», сыгравшего в свое время роль цивилизационного моста между Западом Европы и России, с одной стороны, и Византией, Ближним Востоком, с другой, отношение к Великому шелковому пути в СССР было политически мотивированным. Так, в Советском энциклопедическом словаре Шелковый путь преподносился всего лишь как общее название (до XVI в.) торговых караванных путей из Китая в Переднюю Азию через Среднюю Азию, по которым привозились шелковые ткани [Советский энциклопедический словарь: 1516].

Между тем, вопросы возникновения и существования Великого шелкового пути, во многом определившего профиль и содержание современной цивилизации, все еще остаются малоизученными и закономерно привлекают внимание ученых различных стран мира и научных направлений. В частности, проблемы развития коммуникаций в современных условиях глубоко рассматриваются наукой коммуникологией [Шарков; Кашкин; Назарова; Почепцов и др.].

На наш взгляд, весьма реалистично начинает свое исследование Великого шелкового пути профессор Йельского университета Валери Хансен – она приводит и тщательно анализирует судебный протокол безымянного иранского купца о тяжбе, связанной с утратой его ценного груза, перевозимого по этому пути [Хансен: 15-16].

Действительно, по данному, в целом заурядному происшествию, тем не менее, можно многое узнать о торговле и сопровождающих ее перипетиях вдоль всего Шелкового пути. Как и следовало ожидать, фактический объем такой торговли оставался небольшим – в предложенном примере все товары перевозят-

ся с помощью всего лишь семи животных. То есть на основных вьючных – на двух верблюдах, четырех быках и одном осле.

Упоминание иранского купца весьма символично, и его можно назвать показательным моментом, так как главным торговым партнером Китая никогда не числился Рим. Им являлся Самарканд, находившийся на восточной окраине иранского мира. Полагаем, что ситуация, когда так высоко почитались правовые формы урегулирования судебных тяжб, даже в отношении столь незначительного объема перемещаемого груза, может относиться к периоду наибольшего расцвета Шелкового пути.

Действительно, данный судебный иск мог появиться в то время, когда торговля вдоль Великого шелкового пути процветала благодаря мощным гарнизонам китайских войск, развернутым на всем его протяжении. Установлено, что данное судебное дело открыли в VII в., когда стимулом развития местного хозяйства служили целевые ассигнования из китайской императорской казны [Хансен:15-16]. По существу, речь идет о поощряемом государством безопасном торгово-экономическом пути, приносящем немалую выгоду как центральному правительству, так и провинциальным властям.

Вызывает уважение кропотливый труд археологов, восстановивших тысячи других документов, освещающих положение дел на Великом шелковом пути и в прилегающих местностях в столь глубокой древности. Ими были обнаружены многочисленные свидетельства оживленной предпринимательской деятельности: контракты, судебные споры, товарные накладные, грузовые ведомости, медицинские рецепты и даже договор о продаже в базарный день девочки-рабыни за 120 серебряных монет. Все эти письмена — свидетельства развитой коммуникации – составлены на самых разных языках, в том числе на классическом китайском, санскрите и прочих уже мертвых наречиях, что свидетельствует о многонациональном составе участников коммуникационного мегапроекта Великий шелковый путь [Франкопан; Формирование и развитие трасс ...].

С вводом в научный оборот таких документов появляется возможность определить социальные и этно-конфессиональные характеристики главных действующих лиц, уточнить наименование перевозимых товаров, приблизительные размеры караванов и роль торговли в жизни населенных пунктов, через которые эти товары шли транзитом. К тому же, они проливают свет на цивилизационное влияние Великого шелкового пути, в частности, это касается религиозных верований и материально-технического прогресса, которые купцы и торговцы несли в осваиваемые места [Хансен:17].

Сегодня хорошо известно, что общины племен и народов, обитавших вдоль Шелкового пути, специализировались в основном на сельскохозяйственном производстве, а не на коммерции, как следовало предполагать, то есть подавляющее большинство населения было земледельцами и не занималось торговлей. Эти люди из поколения в поколение проживали свою нелегкую жизнь и умирали практически там же, где рождались. Только в те периоды истории, когда из-за войн и политических волнений этим народам приходилось экстренно покидать

свои традиционные места обитания, существовавшая среди них примитивная торговля оставалась местной и сводилась к натуральному обмену товарами, не требующему широкого хождения монет.

В ходе неспешных поездок по торговым делам, а в основном в период войн и вынужденных массовых миграций, возвращаясь на свою родину, эти переселенцы через годы и десятилетия приносили собственную религию и язык, подвергшиеся, вольно или невольно, весьма существенным изменениям.

Так, например, наибольшее влияние принадлежало буддизму, зародившемуся в Индии и пользовавшемуся истинной популярностью в Китае [Стрелков, Торчинов, Монгуш, Рябов]. Как известно, широкое распространение буддизма в Центральной Азии началось с I в. н.э., в период вхождения ее территорий в состав Кушанской империи, достигшей расцвета в II-III в. н.э. и включавшей в себя территории современного Афганистана, государств Средней Азии (бывших среднеазиатских республик Советского Союза), Пакистана, Северной Индии и нынешнего Синьцзяна (КНР) [Стрелков, Торчинов, Монгуш, Рябов]. Установлено, что несмотря на прекращение своего существования в период VII-X вв., буддистские общины вновь возникали в Средней Азии даже в эпоху раннего и позднего Средневековья и были связаны с отдельными купцами и проповедниками из Индии, Тибета, Синьцзяна и вторжениями из Центральной Азии монголов и калмыков.

Свои последователи появились также у манихейства, зороастризма и христианской церкви Востока. Народы, жившие вдоль Великого шелкового пути, со временем стали играть решающую роль в передаче, толковании и совершенствовании этих систем верований по мере того, как они передавались от одной цивилизации к другой. Так, за века существования в данном регионе буддизма, он утвердился не только в крупных городах и торговых центрах, но проник и в сельские поселения.

При этом, проф. В. Хансен отмечает миролюбивый характер такой коммуникации. По ее мнению, перед приходом в этот регион ислама члены всех разнообразных общин уже выработали удивительную терпимость к верованиям друг друга, а правители даже могли выбрать для себя одну религию из нескольких и настойчиво поощрять своих подданных следовать их примеру, при этом не мешали жителям своих государств по-прежнему отправлять привычные им религиозные обряды [Хансен: 17].

Среди многочисленных творцов культуры Великого шелкового пути особо отличаются жители исторической области под названием Согдиана, известной как один из древнейших центров цивилизации, располагавшихся вокруг знаменитого города Самарканда, известного с 329 г. до н.э. под названием Мараканд, на территории современного Узбекистана. На протяжении всего своего существования в составе других государств Согдиана сохраняла относительную самостоятельность, завоеватели не вмешивались в ее дела [Иллюстрированная энциклопедия...: 488].

Расцвет торговли между Китаем и Согдианой приходится на период между 500 и 800 гг. н.э., а подавляющее большинство купцов, упоминающихся в най-

денных при раскопках документах, были выходцами из Самарканда, имели родственные узы с этим городом. Они говорили на иранском наречии под названием согдийский язык, многие из них уже исповедовали зороастризм древнего иранского учения Заратустры (примерно 1000 до н.э.), который главной благодетелью называл правду в словах, сказанных человеком. Информации о жителях Согдианы в Китае сохранилось больше, чем на их родине, благодаря благоприятным исторически сложившимся условиям отношения к памятникам старины на территории Синьцзяна [Хансен: 18].

В отличие от большинства работ, посвященных истории Великого шелкового пути, труд В. Хансен основан на документах, которые дают отчетливое представление о том, как все складывалось, почему история этого пути представляется пересечением народных судеб, а также конфессиональных, языковых и культурных течений.

Полагаем, все эти документы являются уникальными находками потому, что они, во-первых, обнаружилились случайно и, во-вторых, написаны представителями самого широкого среза социально-демографической и этно-конфессиональной структуры общества, причем не только образованными, состоятельными и влиятельными людьми. По содержанию эти рукописи не относятся к специально составленным историческим хроникам, не рассчитаны на прочтение потомками, но дают представление о повседневных делах и заботах в прошлой жизни, связанными с судьбами конкретных людей [Хансен: 18-19].

Содержащаяся в монографии проф. В. Хансен информация опровергает стереотипное мнение о том, что Великий шелковый путь, якобы является некой широкой «дорогой», доказывает, что он не мог быть никакой «столбовой дорогой», а представлял собой отрезки маршрутов, чаще всего ничем не обозначенные тропы, пролегающие через громадные просторы пустынь и горных массивов. С точки зрения географии рельеф прохождения Шелкового пути отличается поразительным разнообразием с многочисленными чрезвычайно опасными отрезками [Хансен: 25].

Количество грузов, в сущности перевозившихся по таким путям, оказывалось, как уже отмечалось, совсем небольшим. Но при всем при этом, Шелковый путь на самом деле послужил делу великого изменения экономических и социально-культурных основ народов Востока и Запада, по нему передавались и глубоко укоренялись философские, религиозные идеи и воззрения, технические новинки и даже художественные сюжеты, а не только утилитарные изделия и товары [Хансен: 19].

При этом шелковая материя являлась всего лишь одним из видов товаров среди многочисленных плодов человеческого разума и труда, продвигавшихся по Шелковому пути. Полноводным потоком по нему шли также химические препараты, пряности, металлы, седла, кожгалантерея, стекло, бумага и т.д. В ряде дошедших до наших дней грузовых накладных в качестве главного товара на определенных маршрутах числится нашатырь, применявшийся в качестве присадки к металлам и для обработки шкур.

По Великому шелковому пути из Китая распространилось и такое гениальное изобретение, как порох. Появившийся в результате экспериментов алхимиков и даосских монахов по созданию эликсира бессмертия, порох вскоре попал к арабам и монголам, позже стал известен Византии и остальной Европе. Это поистине революционное открытие вскоре ввергло человечество в эру огнестрельного оружия, информация о котором быстро распространилась по Великому шелковому пути, и которое через короткое время уже широко применялось во всех странах Евразии.

Еще одним из самых распространенных китайских открытий, несомненно, считается бумага, впервые изготовленная во II в. н.э. и ставшая гораздо более значимым изобретением в истории человечества, чем шелк, применявшийся для пошива дорогой одежды. Позже, в VIII в. бумага «двинулась» из Китая по сухопутным маршрутам сначала в страны исламского мира и только потом в Европу. Если порох произвел переворот во всем военном деле, то бумага подарила миру возможность коммуникации, сравнимую, на наш взгляд, с современными компьютерами и гаджетами. Думается, что только за широкое распространение бумаги Шелковый путь вполне заслуживает эпитета «Великий».

Однако, сам термин «Шелковый путь» относится к совсем недавним изобретениям. Народы, живущие вдоль разнообразных торговых путей в створе Шелкового пути, этим названием никогда не пользовались, называли его дорогой на Самарканд (или до следующего крупного города), а иногда просто – «северным» или «южным» путем в обход пустыни Такламакан.

Всего менее полутора веков назад, только в 1877 г. барон Ф. фон Рихтгофен ввел в научный оборот словосочетание «Шелковый путь». Постепенно данный термин получил признание, им стали привычно обозначать путь в виде относительно прямого и надежно освоенного маршрута, каким он на самом деле никогда не был. За последние столетия археологических исследований ученым так и не удалось обнаружить ничего даже отдаленно напоминающего дорог Древнего Рима.

Как уже упоминалось, вместо устоявшейся и оборудованной транспортной инфраструктурой магистрали исследователи обнаружили лишь разрозненные и теряющиеся торговые дороги и тропы. Поскольку различить эти пути удавалось редко, путешественники практически всегда нанимали проводников, которые показывали им, как правило, конкретный участок маршрута. Когда встречались препятствия, подчас приходилось переходить на другую тропу. Что характерно, так это то, что все эти извилистые дороги рано или поздно сходились у городов при оазисах [Хансен: 23-24].

Такие города и поселения представляли собой во все времена некое подобие самостоятельных городов-государств, опоясывающих пустыню Такламакан. Их правители строго следили за состоянием торговли и играли главную роль в потреблении перевозимых товаров и услуг.

Власть в таких городах особенно укрепилась, когда в Средней Азии появились китайские военные гарнизоны. Это произошло сначала во времена дина-

стии Хань (206 г. до н.э. – 220 г. н.э.) и Тан (618 – 907 гг. н.э.). Центральное правительство Китая тратило огромные деньги на снабжение этих войск зерном и обмундированием, поэтому для покрытия расходов стали использовать рулоны шелка, придав им несвойственную ранее функцию денег.

Со временем львиная доля государственных платежей стала вообще осуществляться в виде рулонов шелковой тафты, а большая часть военных дотаций северо-западным областям также поступала в виде шелка, и, поэтому на эти области и далеко за их пределами распространилось широкое хождение кусков шелка. Но даже в такой обстановке дефицита на деньги, нет подтверждений того, что римляне покупали китайский шелк на свои золотые монеты.

Первое римское золото, найденное на территории Китая, представлено византийскими содиусами (золотыми монетами Римской империи достоинством в 25 динариев), которые обнаружили в захоронениях, относящихся к VI в., то есть к тому времени, когда император Константин (период правления 312 – 337 гг.) уже давно перенес столицу своей империи в Константинополь.

Таким образом, история возникновения и развития Великого шелкового пути, цивилизационное взаимопроникновение научных и технических достижений народов древности, и анализ сегодняшней глобальной обстановки на евразийском континенте позволяют говорить об актуальности возрождения многих аспектов взаимовыгодного и равноправного международного сотрудничества, проходящих красной нитью сквозь века из давних времен в настоящие дни.

Исторические идеалы Великого шелкового пути по мирному развитию и сотрудничеству во взаимных интересах, как нельзя более своевременно отзываются в современной концепции «Один пояс и один путь». Гуманитарная цель укрепления политического взаимодоверия, экономической интеграции и строительства сообщества ответственности и единой судьбы, которую ставит перед собой высшее руководство КНР, отвечает чаяниям мировой общественности, подчеркивает востребованность роли Китая как «первой скрипки» в этом мировом интеграционном процессе.

По мнению ряда специалистов, формирование в Евразии с опорой на центральную ее часть — Сибирь, Казахстан, западные провинции Китая и страны Центральной Азии — самостоятельного полюса роста может стать одним из важнейших геоэкономических и геостратегических процессов первой половины XXI в. [Бордачев: 194].

Вполне закономерно, что основной упор в сотрудничестве по современному Великому шелковому пути, безусловно, делается на экономику и финансы. Однако его едва ли можно достичь без укрепления сближения и взаимопонимания между народами. При этом взаимопонимание в гуманитарной сфере представляет собой надежный социальный фундамент, на котором выстраивание транснациональных обменов по «Одному поясу и одному пути» вообще представляется единственно возможным [Цинь, Чжоу, Ло: 3-6].

В этой связи приобретают особую значимость региональные группы сотрудничества, такие как, БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай, ЮАР), включив-

шая в себя государства пяти континентов с разными условиями развития и разным социальным строем [Воробьев].

Другая региональная структура, Шанхайская организация сотрудничества (ШОС), также с самого начала своего основания выступает за многостороннее сотрудничество. Идеалов этих объединенных групп придерживаются в Китае, и они совпадают с позицией России. «Сложение потенциалов таких интеграционных форматов, как Евразийский экономический союз (ЕАЭС), «Один пояс и один путь», ШОС, Ассоциация стран Юго-Восточной Азии, способно стать основой для формирования большого евразийского партнерства», – уверен В.В. Путин [Политов].

«Россия выступает активным сторонником, важным участником и ключевым партнером Китая по сотрудничеству в рамках инициативы «Один пояс и один путь», предусматривающей формирование экономического пояса Шелкового пути и морского Шелкового пути XXI века», – заявил в интервью агентству «Синьхуа» посол КНР в Москве Ли Хуэй¹. При этом, отношения Китая с Россией определяются как «всеобъемлющее равноправное доверительное партнерство и стратегическое взаимодействие».

Кроме того, следует особо отметить, что и российский проект ЕАЭС также тесно связан с китайской инициативой «Один пояс и один путь» [Скриба]. Несмотря на некоторое замедление процесса сопряжения Евразийского экономического союза и Экономического пояса Шелкового пути, нет сомнений в том, что сотрудничество России и Китая в Евразии имеет большие перспективы.

Источники

Бахвалов Т. (2017). Шелковая дипломатия: КНР продолжает придерживаться пяти ключевых принципов создания нового международного политического и экономического порядка // *Дыхание Китая*. №6. С. 11-13.

Бордачев Т. (2017). Не упустить «момент Евразии»: Как сделать сопряжение работающим // *Россия в глобальной политике*. Т.13. №5.

Воробьев В.Я. (2014). Новый шелковый курс. О китайской идее построения «экономического пространства Великого шелкового пути» // *Россия в глобальной политике*. №3. С. 142-151.

Горбачева В. (2017). БРИКС: Укрепление партнерства во имя безоблачного будущего // *Дыхание Китая*. №6. С. 16-20.

Иллюстрированная энциклопедия: «Руссика». История древнего мира / под ред. А.О. Чубарьяна (2004). М.: ОЛМА-ПРЕСС Образование.

Кашкин В.Б. (2007). Основы теории коммуникации: Краткий курс. Минск: Харвест; М.: АСТ: Восток-Запад.

Назарова Е.А. (2017). К истокам теории и практики социальной коммуникации в различных сферах современного общества // *Коммуникология*. Т.5. №4. С. 159-166.

¹ Ли Хуэй (2017). Один пояс и один путь: Эксклюзивный материал Посла КНР в РФ Ли Хуэя // Российская газета; Ли Хэуэй. Посол КНР: РФ стала ключевым партнером Китая в рамках инициативы «Один пояс – один путь» // Информационное агентство России ТАСС URL: <http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/4727132> (дата обращения: 10.01.2018).

- Назарова Е.А., Дмитриев А.В. (2016). Процессы миграции в контексте евразийских реалий // *Социально-гуманитарные знания*. №5. С. 160-170.
- Политов Ю. (2017). Связаны поясом дружбы // *Дыхание Китая*. №3. С. 4-8.
- Почепцов Г.Г. (2001). Теория коммуникации. М.: РЕФЛ-бук; Киев: ВАКЛЕР.
- Скриба А.С. (2016). Сопряжение ЕАЭС и Экономического пояса Шелкового пути: интересы участников и вызовы реализации // *Вестник международных организаций*. Т. 11. №3. С. 67-81.
- Советский энциклопедический словарь (1987) / Под ред. А.М. Прохорова. М.: Советская энциклопедия.
- Стрелков А.М., Торчинов Е.А., Монгуш М.В., Рябов С.В. (2006). Буддизм. Каноны. История. Искусство. М.: Дизайн. Информация. Картография.
- Формирование и развитие трасс великого шелкового пути в Центральной Азии в древности и средневековье (тезисы докладов международного семинара ЮНЕСКО), Самарканд, 1-6 окт. 1990 г. / Под общ. ред. А. А. Аскарова. Ташкент: Фан, 1990.
- Франкопан П. (2018). Шелковый путь / Пер. с англ. В. Ю. Шаршуковой. М.: Издательство «Э».
- Хансен В. (2014). Великий шелковый путь: портовые маршруты через Среднюю Азию. Китай – Согдиана – Персия – Левант / Пер. с англ. С.А. Белоусова. М.: Издательство Центрполиграф.
- Цинь Ю., Чжоу Г., Ло В. (2017). Один пояс и один путь: комментарии / Пер. с кит. Л.К. Станченко. М.: Международная издательская группа «Шанс».
- Шарков Ф.И. (2014). Коммуникология. Основы теории коммуникации. М.: Дашков и Ко.
- Шарков Ф.И. (2015). Информационно-коммуникационная парадигма развития государственности: цивилизационный, надкультурный, надрелигиозный аспекты // *Ислам в современном мире*. Т. 11. №3 С. 175-182.

■ ■ ■ The Great Silk Road as a Unique Communication Project in Human Civilization History: lessons, problems, and prospects

Alexander D. Nazarov¹, Inna S. Korableva²

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

TASS Russian News Agency, Moscow, Russian Federation.

Abstract. The Great Silk Road has appeared as a unique communication project in the history of human civilization. Its current state, the history of its emergence and its two thousand-year existence, which allowed the achievements of Chinese science and technology to Europe, as well as the philosophical and religious views of the Heavenly Empire, attracts the attention of scientists all over the world. This paper gives a brief, meaningful review of the current state of the study of the modernized version of the Great Silk Road as applied to the era of globalization. The authors indicate the unused reserves and opportunities of the scientific, technical, business, trade, intellectual potential of China and neighboring countries in line with this trunk.

Keywords: The Great Silk Road, scientific and technical relations, trade relations, humanitarian cooperation, ethno cultural and multi-religious communication, media exchange

For citation: Nazarov A.D., Korableva I.S. The Great Silk Road as a Unique Communication Project in Human Civilization History: lessons, problems, and prospects. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No. 1 P. 119-128. DOI 119-128.

Inf. about the authors: Alexander Danilovich Nazarov, Dr. Sc. (Hist.), Professor at the department of public relations and media policy of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, member of the Commission on Information Support of the State National Policy of the Presidential Council on Interethnic Relations; Inna Sergeevna Korableva, head for Chinese and Asian affairs, international relations department of TASS Russian News Agency, graduate student of the department of public relations and media policy, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. Address: 119571, Moscow, Vernadsky av., 84. E-mail: ad.nazarov@migsu.ranepa.ru.

Received: 22.01.2018. *Accepted:* 06.02.2018.

References

- Bakhvalov T. (2017). The Silk Diplomacy: PRC continues to hold on the five key principle of creation of a new global order. *The Breath of China*. No.6. P. 11-13 (In Rus.).
- Bordachev T. (2017). Not to miss the moment of Eurasia: how to make a confluence working. *Russia in Global Affairs*. Vol. 13. No.5 (In Rus.).
- Formation and development of the Great Silk Road routes in the Central Asia in antiquity and the middle ages: theses of reports of UNESCO international workshop. Samarkand, Oct. 1-6, 1990. Ed. A.A. Askarov. Tashkent: Fan, 1990 (In Rus.).
- Frankopan P. (2018). The Silk Road. Transl. V.Y. Sharshukovoy. Moscow: Izdatelstvo E (In Rus.).
- Gorbacheva V. (2017). BRICS: strengthening partnership for a sustainable future. *The Breath of China*. No.6. P. 16-20 (In Rus.).
- Hansen V. (2014). The great silk road: a new history. Transl. S.A. Belousov. Moscow: Izdatelstvo Tsentrpoligraf (In Rus.).
- Kashkin B.V. (2007). The basics of communication theory: a brief course. Minsk: Kharvest; Moscow: Vostok-Zapad (In Rus.).
- Nazarova H.A. (2017). To the origins of the theory and practice of social communication in various spheres of modern society. *Communicology*. Vol. 5. No.4. P. 159-166 (In Rus.).
- Nazarova H.A., Dmitriev A.V. (2016). Migration processes in the context of Eurasian realities. *Social-Human Knowledge*. No.5. P.160-170 (In Rus.).
- Politov Y. (2017). Bound with a belt of friendship. *The Breath of China*. No. 3. P.4-8 (In Rus.).
- Potchepstov G.G. (2001). The communication theory. Moscow: REFL-book; Kiev: Vakler (In Rus.).
- Qin Y., Zhou G., Lo W. (2017). One belt and one way: comments / Transl. L.K. Stanchenko. Moscow: International Publishing Group Chance (In Rus.).
- Sharkov F.I. (2014). Communicology. The basics of communication theory. Moscow: Dashkov & Co (In Rus.).
- Sharkov F.I. (2015). Information and communication paradigm of development of the state: civilization, above-culture, above-religion aspects. *Islam in Modern World*. Vol. 11. No. 3 P.175-182 (In Rus.).
- Skriba A.S. (2016). Sopryazhenie EAES i ekonomicheskogo poyasa shelkovogo puti: interesy uchastnikov i vyzovy realizatsii [Association of EEU and the Economic belt of the Silk Road: the interests of the participants and the challenges of implementation. In: *Vestnik mezhdunarodnyh organizatsiy (Bulletin of International Organizations)*. Vol.11. No.3. P. 67-81 (In Rus.).
- Soviet Encyclopedic Dictionary (1987) / Ed. A.M. Prokhorov. Moscow: Soviet Encyclopedia (In Rus.).
- Strelkov A.M., Torchinov E.A., Mongush M.V., Ryabov S.V. (2006). Buddhism. Canons. History. Arts. Moscow: Design. Information. Cartography (In Rus.).
- The illustrated encyclopedia 'Russika'. The history of the ancient world. (2004) Moscow: OLMA-PRESS Education (In Rus.).
- Vorobyev V.Y. (2014). The new silk line. On the Chinese concept of economic space of the Silk Road. *Russia in Global Affairs*. No. 3. P. 142-151 (In Rus.).

■ ■ ■ Коммуникация с соотечественниками, проживающими за рубежом: интеграционный подход

Аверин А.Н., Шарков Ф.И.

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

Аннотация. В статье рассматриваются коммуникации с соотечественниками, проживающими за рубежом, а также с государственными органами стран, в которых они проживают. В современном российском обществе весьма актуальной является демографическая проблема. Одним из средств ее решения может быть масштабное привлечение соотечественников из зарубежных стран. В этой связи важным является активизация коммуникаций с соотечественниками с целью их информирования о государственной политике Российской Федерации в отношении соотечественников, проживающих за рубежом. Анализируется правовая и организационная основа коммуникации с соотечественниками, проживающими за рубежом и с государствами, в которых они проживают. Новый интеграционный подход в коммуникациях с соотечественниками предполагает формальную модификацию месседжа: трансформацию сообщения в зависимости от формы подачи и возможности восприятия интегрированного контента соотечественниками. Поскольку интеграция информационных потоков увеличивает число контактов с соотечественниками, растет как интенсивность, так и эффективность взаимодействия. При этом увеличивается и полнота охвата. Интеграция ряда доступных каналов коммуникации способствует укреплению в сознании реципиентов из числа соотечественников основного тезиса сообщения. К тому же каждое из сообщений из-за разнообразия форм подачи материала создает эффект новизны.

В результате анализа авторы статьи также пришли к выводу о том, что правовая и организационная основа коммуникации с соотечественниками за рубежом и государствами, в которых они проживают, позволяет более активно и масштабно продолжать работу по переселению соотечественников в Российскую Федерацию.

Ключевые слова: государственная программа, государство, информация, комиссия, коммуникация, соотечественник

Для цитирования: Аверин А.Н., Шарков Ф.И. Коммуникация с соотечественниками, проживающими за рубежом: интегрированный подход // *Коммуникология*. 2018. Том. 6. №1. С. 129-142. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-129-142.

Сведения об авторах: Александр Николаевич Аверин, профессор, доктор философских наук, профессор Института права и национальной безопасности Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; Шарков Феликс Изосимович, профессор, доктор социологических наук, заведующий кафедрой общественных связей и медиаполитики факультета журналистики Института государственной службы и управления Российской академии народ-

ного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.
Адрес: 119571, г. Москва, пр-т Вернадского, 82. E-mail: fi.sharkov@migsu.ru.

Статья поступила в редакцию: 30.01.2018. Принята к печати: 15.02.2018.

В отечественной научной и учебной литературе имеются публикации, в которых дан анализ различных аспектов миграционной политики государства [например: Балыхин; Волох; Воробьева], в том числе связи миграции и массовой коммуникации [Бритвина]. Следует выделить работы, посвященные рассмотрению миграционного потенциала России в иностранных государствах, реализации государственной программы по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом^{1,2} [Гришанова; Завьялов; Рязанцев; Червинцева]. Авторы статьи ставят цель рассмотреть правовую и организационную основу коммуникации с соотечественниками и с государствами, в которых они проживают.

Определение понятия «соотечественники»

Соотечественниками за рубежом признаются российские граждане, постоянно проживающие за пределами российской территории; люди и их потомки, проживающие за пределами российской территории и относящиеся к народам, исторически проживающим на российской территории³. К соотечественникам относятся сделавшие свободный выбор в пользу духовной, культурной и правовой связи с Российской Федерацией, люди, чьи родственники по прямой восходящей линии ранее проживали на российской территории. Они состояли в гражданстве СССР, проживали в государствах, входивших в состав СССР, получили гражданство этих государств или стали лицами без гражданства. Это выходцы (эмигранты) из Российского государства, Российской республики, РСФСР, СССР и Российской Федерации, имевшие соответствующую гражданскую принадлежность и ставшие гражданами иностранного государства или лицами без гражданства.

При осуществлении коммуникации с соотечественниками необходимо учитывать обстоятельства, при которых они или их родственники по прямой вос-

¹ Кабардино-Балкария и соотечественники : информационный бюллетень / М-во по делам молодежи и работе с общественными объединениями КБР / сост.: Л.М. Нанова. Нальчик: Эль-Фа, 2010.

² Мониторинг реализации государственной программы по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом (Армения, Германия, Израиль, Молдавия, Латвия, Литва) / Министерство иностранных дел Российской Федерации. Москва: Фонд развития и поддержки молодежи «Кадровый резерв», 2016.

³ Федеральный закон от 24 мая 1999 года № 99-ФЗ «О государственной политике Российской Федерации в отношении соотечественников за рубежом» // Собрание законодательства Российской Федерации, 1999, № 22, ст. 2670; 2009, № 30, ст. 3740; 2010, № 30, ст. 4010; 2016, № 27 (часть II), ст. 4238.

ходящей линии оказались за рубежом, в какой степени сохраняются духовные, культурные и правовые связи с Россией.

Интеграция коммуникаций с соотечественниками

Интегрированный подход к осуществлению коммуникации с соотечественниками, проживающими за рубежом позволяет повысить эффективность всей системы коммуникаций между гражданами, организациями и государствами, в которых проживают наши соотечественники. Интегрированная модель такой коммуникации предусматривает не только включение в дискурс всех возможных форм и методов, носителей коммуникации, но и интеграцию различного контента, несущего в разной форме основной смысл взаимодействия между заинтересованными субъектами. Таким способом происходит формальная модификация месседжа: сообщение меняется в зависимости от формы подачи и возможности восприятия интегрированного контента соотечественниками. Поскольку интеграция информационных потоков увеличивает число контактов с соотечественниками, растет как интенсивность, так и эффективность взаимодействия. При этом увеличивается и полнота охвата. Интеграция ряда доступных каналов коммуникации способствует укреплению в сознании реципиентов из числа соотечественников основного тезиса сообщения. К тому же каждое из сообщений из за разнообразия форм подачи материала создает эффект новизны.

Государственная политика в отношении соотечественников, проживающих за рубежом

Государственная политика нацелена на оказание соотечественникам содействия, поддержки в реализации, обеспечении прав, свобод человека и гражданина. В области коммуникации это право устанавливать и свободно поддерживать связи между соотечественниками, их связи с Российской Федерацией, получать информацию из России; создавать национально-культурные автономии, общественные объединения и религиозные организации соотечественников, средства массовой информации и участвовать в их деятельности; принимать участие в работе неправительственных организаций на национальном и международном уровнях; участвовать в развитии взаимовыгодных отношений между государствами проживания и нашим государством. Российская Федерация оказывает поддержку соотечественникам в экономической и социальной областях. Федеральные и региональные органы государственной власти стимулируют сотрудничество российских физических лиц и организаций с хозяйствующими субъектами соотечественников, содействуют созданию совместных организаций, товариществ и обществ, участию соотечественников в инвестициях в российскую экономику, поощряют связи российских физических лиц и организаций независимо от форм собственности с иностранными предприятиями, на которых работают преимущественно соотечественники, способствуют развитию взаимовыгодной кооперации между ними. Они могут оказывать в социаль-

ной области поддержку социально незащищенным категориям соотечественников на основании международных договоров, гуманитарную помощь соотечественникам, оказавшимся в чрезвычайных ситуациях.

Государственная политика предусматривает оказание содействия соотечественникам в интеракциях между сторонами в области культуры, языка, религии и образования как между отдельными гражданами, организациями, так и на межгосударственном уровне. Так, органы государственной власти поддерживают соотечественников в деле сохранения и развития их культурного наследия и языка, в получении ими равного доступа к образованию на всех уровнях и на родных языках, развивают всестороннее сотрудничество с национально-культурными автономиями соотечественников в иностранных государствах, в которых существуют автономии. Соотечественникам для удовлетворения культурных, научных и информационных потребностей предоставляется возможность использовать российские центры науки и культуры в иностранных государствах. Они оказывают помощь культурным центрам, культурно-просветительским организациям, библиотекам, архивам, музеям, театрам, музыкальным и хореографическим ансамблям, художественным студиям, другим профессиональным и любительским творческим коллективам соотечественников; способствуют изучению культурного наследия соотечественников; содействуют культурному обмену между Россией и соотечественниками. Органы государственной власти способствуют сохранению соотечественниками знания русского языка и родных языков народов Российской Федерации, созданию условий для их изучения и употребления для обучения и получения информации на этих языках в соответствии с международными договорами. Они способствуют получению соотечественниками образования в образовательных и научных организациях в нашей стране. Российское государство содействует получению соотечественниками образования на русском языке и родных языках народов Российской Федерации, включая изучение российской истории и российского культурного наследия. С этой целью осуществляются меры по подготовке преподавателей, разработке при участии специалистов-соотечественников учебников, учебных пособий и программ с учетом особенностей организации образовательного процесса в государствах проживания соотечественников и снабжению учебниками, учебными пособиями и программами соотечественников. Российское государство содействует социально значимым инициативам религиозных организаций в оказании духовной помощи соотечественникам, сохранении их родных языков и культуры.

Следует особо отметить поддержку соотечественников в области информации. Осуществляется поддержка соотечественников в получении и распространении информации, пользовании информацией на русском языке и родных языках народов Российской Федерации на территориях государств проживания соотечественников, создании средств массовой информации, поддержании и развитии информационных связей между государствами проживания соотечественников и Российской Федерацией. Органы государственной власти принимают

меры по распространению информации о реализации государственной политики в отношении соотечественников, положении соотечественников в нашей стране и в государствах их проживания. Соотечественникам передается информации посредством телевизионного вещания и радиовещания, распространения периодических и иных печатных изданий, кинопродукции, аудио- и видеоматериалов, через сеть Интернет на русском языке и родных языках соотечественников. Российская Федерация предоставляет российским средствам массовой информации, осуществляющим информирование соотечественников, финансовые и материально-технические средства для выполнения этой задачи. Оказывается поддержка принадлежащих соотечественникам средств массовой информации в соответствии с международными договорами, российским законодательством и законодательством государства, на территории которого функционируют эти средства массовой информации.

Формы осуществления коммуникации с соотечественниками, проживающими за рубежом

В области коммуникации с соотечественниками к полномочиям Российской Федерации относится заключение международных договоров, направленных на защиту интересов соотечественников, контроль за исполнением взятых по ним обязательств. Региональные органы государственной власти имеют полномочия в области коммуникации. К их полномочиям относится: создание для координации работы советов, комиссий соотечественников в целях реализации государственной политики в отношении соотечественников во взаимодействии с неправительственными организациями и общественными объединениями соотечественников; поощрение связей хозяйствующих субъектов регионов с координационными советами соотечественников, установления контактов с хозяйствующими субъектами соотечественников, иностранными предприятиями, на которых работают преимущественно соотечественники, проживающие в государствах. Могут создаваться общественные фонды и другие общественные объединения, образуемые для поддержки соотечественников и их общественных объединений. Органы государственной власти поощряют благотворительную деятельность физических и юридических лиц в области отношений с соотечественниками. Ведется государственный мониторинг, включающий сбор, анализ и оценку информации о положении соотечественников, создание банка данных, прогнозирование ситуации и проведение научно-исследовательских работ. Результаты мониторинга доводятся до сведения федеральных и региональных органов государственной власти, других участников отношений с соотечественниками, организаций соотечественников, общественных объединений, российских и зарубежных средств массовой информации.

Коммуникация осуществляется в представительстве интересов соотечественников в федеральных и региональных органах государственной власти. Высшим представительным органом, обеспечивающим взаимодействие соот-

ечественников с органами государственной власти, является Всемирный конгресс соотечественников, который проводится не реже одного раза в три года. В период между всемирными конгрессами могут проводиться всемирные конференции соотечественников. Их делегаты избираются общественными объединениями соотечественников на конференциях соотечественников в государствах их проживания. В период между всемирными конгрессами и конференциями представительство интересов соотечественников в органах государственной власти, координацию деятельности координационных советов в государствах их проживания обеспечивает Всемирный координационный совет российских соотечественников, который является органом Всемирного конгресса соотечественников. Для координации деятельности общественных объединений соотечественников из числа их руководителей избираются координационные советы. При органах государственной власти могут создаваться представительные общественно-консультативные органы – советы, комиссии соотечественников. Координационные советы и советы, комиссии представляют интересы соотечественников за рубежом в федеральных и региональных органах государственной власти.

Координация коммуникаций с соотечественниками

В коммуникации с соотечественниками участвует координационный орган Правительства Российской Федерации – Правительственная комиссия по делам соотечественников за рубежом¹. Она обеспечивает согласованные действия заинтересованных органов исполнительной власти по реализации государственной политики в отношении соотечественников. Комиссия осуществляет свою деятельность в постоянном контакте с федеральными и региональными органами законодательной власти, общественными, религиозными и иными организациями. Основными ее задачами являются: координация деятельности федеральных и региональных органов исполнительной власти по реализации государственной политики в отношении соотечественников, проживающих за рубежом; контроль за деятельностью федеральных органов исполнительной власти по реализации Основных направлений государственной политики в отношении соотечественников, в том числе за использованием выделяемых на эти цели финансовых средств; систематическое информирование Президента и Правительства о ходе реализации Основных направлений государственной политики в отношении соотечественников; обеспечение реализации мероприятий по поддержке соотечественников за рубежом. В области коммуникации с соотечественниками Комиссия: – координирует деятельность федеральных и региональных органов исполнительной власти при подготовке и выполнении мероприятий по поддержке со-

¹ Постановление Правительства Российской Федерации от 11 декабря 1994 года № 1369 «Об утверждении Положения о Правительственной комиссии по делам соотечественников за рубежом» // Собрание законодательства Российской Федерации. 1994, № 34, ст. 3606; 2006, № 37, ст. 3882; 2011, № 48, ст. 6929.

отечественников за рубежом, привлекая к этой работе заинтересованные общественные организации;

- обобщает опыт работы органов исполнительной власти и осуществляет подготовку рекомендаций для органов государственной власти по вопросам совершенствования государственной политики в отношении соотечественников, проживающих за рубежом;

- рассматривает относящиеся к ее компетенции вопросы по своей инициативе, поручениям и указаниям Президента, поручениям Правительства, предложениям федеральных и региональных органов исполнительной власти, других государственных учреждений, общественных и религиозных организаций;

- контролирует выполнение постановлений и распоряжений Правительства по вопросам, относящимся к ее компетенции;

- вносит в Правительство, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации предложения по вопросам, относящимся к ее компетенции;

- разрабатывает предложения по совершенствованию правовой базы для реализации мер, направленных на поддержку соотечественников за рубежом, и вносит их субъектам, обладающим правом законодательной инициативы;

- разрабатывает проекты решений федеральных органов исполнительной власти и межгосударственных соглашений по вопросам поддержки соотечественников за рубежом;

- организует мониторинг положения соотечественников за рубежом и регулярно информирует о состоянии этой проблемы и предпринимаемых действиях Президента, Правительство, другие органы государственной власти, общественные организации и средства массовой информации;

- совместно с Министерством иностранных дел Российской Федерации взаимодействует с правительственными органами зарубежных государств и международными организациями по вопросам выработки двусторонних и многосторонних соглашений о поддержке соотечественников, проживающих за рубежом;

- развивает связи с организациями соотечественников в России и за рубежом, содействует установлению взаимоотношений между ними и органами власти зарубежных государств;

- разрабатывает формы и рассматривает вопросы морального поощрения соотечественников за особый вклад в развитие сотрудничества с Россией и налаживание жизнедеятельности российской диаспоры за рубежом;

- способствует участию коммерческих и некоммерческих организаций в реализации проводимых Комиссией мероприятий по поддержке соотечественников за рубежом.

В состав Комиссии входят члены Правительства, представители Администрации Президента и Аппарата Правительства, органов государственной власти, общественных организаций. Предложения Комиссии, требующие принятия решения Правительства, оформляются в виде соответствующих проектов его поручений и решений. Решения Комиссии являются обязательными для всех органов исполнительной власти, для предприятий и организаций, действующих в

сфере ведения этих органов, для общественных организаций, голосовавших за данные решения, а для других общественных организаций носят информационный, рекомендательный характер.

Значительное место в коммуникации принадлежит Государственной программе по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом. Численность ее участников составляет 559 865 человек. Динамика изменения их численности следующая. В 2010 году было 11 768 человек, 2011 г. – 29 641, 2012 г. – 56 647, 2013 г. – 33 770, 2014 г. – 105 444, 2015 г. – 179 660, 2016 г. – 142 9351. Государственная программа направлена на объединение потенциала соотечественников с потребностями развития российских регионов². Одним из основных принципов оказания содействия добровольному переселению соотечественников являются: доступность информации об условиях участия в Государственной программе, правах и обязательствах ее участников, объемах государственных гарантий и социальной поддержки, о социально-экономических характеристиках территорий, предлагаемых для переселения. Государственная программа предусматривает решение задач: обеспечение необходимого информационного сопровождения, способствующих переезду соотечественников на постоянное место жительства и скорейшему их включению в устойчивые позитивные социальные связи принимающего сообщества; осуществление мониторинга состава возможных участников Государственной программы, хода их переселения и обустройства на российской территории, социального и медицинского обеспечения.

Решение соотечественника о практическом участии в Государственной программе оформляется путем подачи им личного заявления в уполномоченный орган в стране своего постоянного проживания. Соотечественник и члены его семьи, совместно переселяющиеся на постоянное место жительства, представляют необходимые сведения. Одновременно они подают заявление о выдаче разрешения на временное проживание. Соотечественник, являющийся иностранным гражданином, постоянно или временно проживающий на законном основании на российской территории, имеет право подать заявление об участии в Государственной программе, получить на российской территории свидетельство участника Государственной программы.

В целях создания благоприятных условий для осознанной реализации соотечественниками права на добровольное переселение в рамках и на условиях Государственной программы им должна быть предоставлена полная информация о: – содержании Государственной программы, условиях переселения, необходимых административных процедурах, правах и обязательствах ее участников;

¹ Россия в цифрах. 2017. Статистический сборник // <http://www.gks.ru>.

² Указ Президента Российской Федерации от 14 сентября 2012 года № 1289 «О реализации Государственной программы по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом» // Собрание законодательства Российской Федерации. 2012, № 38, ст. 5074; 2013, № 24, ст. 2990.

– мерах социальной поддержки, в том числе установленных для отдельных категорий граждан, медицинском обеспечении, жилищном обустройстве, размерах предоставляемых гарантий и компенсаций;

– возможности ведения предпринимательской деятельности и мерах ее государственной поддержки, программах поддержки и развития малого бизнеса и предпринимательства, реализуемых в субъектах Российской Федерации;

– территориях вселения, где для потенциальных участников Государственной программы в соответствии с их специальностью и квалификацией имеются наиболее благоприятные возможности приложения их труда;

– возможностях трудоустройства участников Государственной программы и членов их семей на территории вселения;

– возможностях получения (продолжения) общего образования, начального, среднего, высшего и послевузовского профессионального образования, а также профессиональной подготовки и дополнительного образования.

Формируется официальный информационный пакет о Государственной программе, комплекты информационных материалов о проектах переселения. Информацию в полном объеме размещается в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на соответствующих информационных ресурсах, осуществляется издание и распространение буклетов и брошюр. Распространение за рубежом официального информационного пакета, доведение до сведения заинтересованных потенциальных участников Государственной программы информации о региональных программах переселения, данных из информационного ресурса возлагаются на российские представительства и представителей за рубежом, временные группы, создаваемые из числа специалистов заинтересованных федеральных органов исполнительной власти, командируемых в российские дипломатические представительства и консульские учреждения, Федеральное агентство по делам Содружества независимых государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству. При их отсутствии осуществление этих функций в иностранных государствах возлагается на дипломатические представительства и консульские учреждения. Сведения о Государственной программе обнародуются в российских и зарубежных печатных и электронных средствах массовой информации, направляются для распространения в российские центры науки и культуры в иностранных государствах, предоставляются в распоряжение заинтересованных российских неправительственных организаций и общественных объединений соотечественников за рубежом.

Субъектами Российской Федерации разрабатываются региональные программы переселения, в рамках которых организуется работа с участниками Государственной программы и членами их семей. Региональные программы переселения согласовываются федеральным Правительством при условии, что их реализация не приведет к нарушению трудовых и иных законных прав граждан, проживающих в соответствующем регионе. В региональной программе переселения, в частности, отражаются: порядок взаимодействия уполномоченно-

го органа и иных региональных органов исполнительной власти, участвующих в реализации программы, с территориальными органами федеральных органов исполнительной власти; программные мероприятия, финансируемые за счет средств региональных и местных бюджетов: по предоставлению информационных, консультационных услуг; информированию потенциальных участников Государственной программы.

В целях информационно-аналитического обеспечения управления реализацией Государственной программы ее координатор:

- осуществляет поддержку и наполнение единого централизованного информационного ресурса (банка данных), в котором отражается информация о каждом участнике Государственной программы и членах его семьи на каждой из стадий переселения (подача заявления, получение свидетельства участника Государственной программы, пересечение государственной границы, прибытие на территорию вселения, получение разрешения на временное проживание, вида на жительство, приобретение российского гражданства, о выплаченных компенсациях;

- формирует и распространяет официальный информационный пакет о Государственной программе, в том числе путем сопровождения и обновления соответствующего сайта в сети «Интернет»;

- организует и проводит в субъектах Российской Федерации мониторинг реализации Государственной программы.

Координатор Государственной программы с участием заинтересованных федеральных органов исполнительной власти, региональных уполномоченных и иных органов исполнительной власти ежегодно подготавливает доклад о ходе реализации Государственной программы в истекшем году. Высшие должностные лица (руководители высших исполнительных органов государственной власти) субъектов Российской Федерации включают сведения о реализации Государственной программы в доклад о достигнутых значениях показателей для оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации за отчетный год и их планируемых значениях на 3-летний.

Теоретические выводы по расширению пространства коммуникаций с соотечественниками

Рассматривая теоретические аспекты коммуникаций с целой социальной системой, связывающей российское общество с соотечественниками, следует говорить не просто о целенаправленном действии, рассматриваемом как социальный компонент, присутствующий во всех видах коммуникаций, но и о механизмах когнитивных процессов. Причем рассматривается не только классические парадигмы обмена коммуникантов текстами, при котором под текстом понимается лишь абстрактная, формальная конструкция. То есть коммуникация с соотечественниками, по мнению авторов, предполагает включенность коммуникантов в некое связное и цельное феноменологическое пространство, в котором их опыт обогащается смыслом и значением, обретает конкретную структуру.

ру. Коммуникативность реализуется в процессе интеграции социального и психологического составляющих.

Главным принципом интеграционной модели коммуникации с соотечественниками является организация взаимодействий, солидаризирующихся с социокультурными условиями складывающимися как в глобальном пространстве, так и в конкретной ситуации. То есть социальная практика, обусловленная коммуникативной природой, формируют смыслы в общении личности соотечественников, окруженной «родственным» или «инородным» социокультурным пространством. Их коммуникация в виде обратной связи не обязательно происходит как желание реализовать намерения, а как демонстрация неких смыслов, которые предполагают определенную привязанность к «материнским» ценностям. При этом, относительно большие группы соотечественников, проживающие компактно, в условиях прозрачности глобальных коммуникаций достаточно сильно влияют на создание совместного дискурсивного пространства. При этом общности соотечественников не являются постоянной величиной, порой реализуясь в виртуальной форме содействуют ее воспроизводству, насыщая дискурсивное пространство новым содержанием.

Под дискурсом здесь понимается «лингвистическая единица общения, отражающая в себе дифференциальное многообразие картины мира, включающей типизированные ситуации социального взаимодействия, участников социального взаимодействия, социальные нормы и конвенции, культурологические представления и формы [Григорьева]. При этом рассматриваются также «различные виды ее актуализации, рассматриваемые с точки зрения ментальных процессов в связи с экстралингвистическими факторами» [Тюрина]. Глобальная связность дискурса обеспечивается единством темы дискурса, объединяющий коммуникативные пространства соотечественников и российских субъектов коммуникации, в интеракционную модель.

«Интеракционная модель предполагает сильную ситуативную привязанность, что может выражаться в учете невербальных аспектов коммуникации и деятельности в целом, в использовании широкого социально-культурного контекста. И в том, и в другом случае исследователь имеет дело с «фоновыми знаниями», конвенциональными по своей природе, но далекими от уровня алгоритмизации языкового кода. Зависимость от кода в интеракционной модели меньше, но роль общих значений остается высокой, хотя здесь и происходит перенос приоритета от конвенций языковых к социокультурным»¹. Интеракционная модель коммуникации включает различные аспекты в социокультурном контексте. Интерпретация смыслов, передаваемых соотечественникам, происходит в интеракционном процессе на основе коллективного осмысления социальной действительности. Американский психолог Ф. Бартлетт в книге «Память» [Bartlett]. Бартлетт обнаружил, что при вербализации прошлого опыта люди регулярно пользуются стереотипными представлениями о действительности.

¹ Интеракционная модель коммуникации [эл. ресурс]: <http://poisk-ru.ru/s27562t4.html>

Подводя организационные итоги, следует отметить, что правовая и организационная основа коммуникации с соотечественниками за рубежом и государствами, в которых они проживают, позволяет более активно и масштабно продолжать работу по привлечению соотечественников в нашу страну.

Источники

- Балыхин Г.А. (2016). Миграция и мигранты: права и обязанности, работа и обучение, язык и культура: инновационный словарь-справочник терминов и понятий / Г.А. Балыхин, М.Г. Балыхин. – 2-е изд., испр. и доп. Москва: РУДН.
- Бритвина И.Б. (2014). Миграция и эффективность массовой коммуникации: учебно-методическое пособие / И.Б. Бритвина. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та.
- Волох В.А. (2017). Миграционная политика: учебное пособие для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент. Москва: ГУУ.
- Воробьева О.Д. (2016). Миграционная политика России: история и современность / О.Д. Воробьева, Л.Л. Рыбаковский, О.Л. Рыбаковский. М.: Экон-Информ.
- Григорьева В.С. (2007). Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагматический и когнитивный аспекты. Тамбов.
- Гришанова А.Г. (2016). Миграционный потенциал России в новом зарубежье / А. Г. Гришанова, Н. И. Кожевникова, Л.Л. Рыбаковский. М.: Экон-Информ.
- Добренькова Е.В. (2013). Дискурс как коммуникативное событие и речевое событие // *Коммуникология*. №1. С.93-99.
- Завьялов А.В. (2017). Социальная адаптация украинских иммигрантов. Иркутск: Издательство ИГУ.
- Рязанцев С.В. (2014). «Наши» за границей. Русские, россияне, русскоговорящие, соотечественники: расселение, интеграция и возвратная миграция в Россию / С.В. Рязанцев, А.А. Гребенюк. М.: ИСПИ РАН.
- Тюрина С.Ю. (2008). Дискурс как объект лингвистического исследования // Владимирский филиал Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова [эл. ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/semanticheskie-aspekty-diskursa-v-sfere-nauchnogo-stilya-rechi>.
- Червинская А.П. (2015). Государственная политика Российской Федерации в отношении соотечественников за рубежом, как одно из направлений государственной политики России. Орёл: Изд-во ОФ РИНХиГС.
- Bartlett F.C. (1932). *Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cazden C.B. (2001). *Classroom discourse: the language of teaching and learning*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Cobb P. (1994). Where is the mind: Constructivist and sociocultural perspectives on consequences of symbolic communication (pp. 193-229). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Daiute C. (2002). Social relational knowing in writing development. In E. Amsel & J.P. Byner (Eds.) *Language, literacy and cognitive development: The Development and mathematical development. Educational Researcher*. No. 23 (7). P. 13-20.
- Koriat A., Goldsmith M., Pansky A. (2000). Toward a Psychology of Memory Accuracy // *Annual Review Psychology*. No. 51. P. 481-537.
- Nourkova V.V., Bernstein D.M., Loftus E.F. (2004). Altering traumatic memory // *Applied Cognitive Psychology*. No.4. Portsmouth, NH: Heinemann.
- Staarman J.K., Krol K., van der Meijden H. (2005). Peer interaction in three collaborative learning environments. *Journal of Classroom Interaction*. No. 40(1): 29-39.
- Talarico J.M., Rubin D.C. (2003). Confidence, not consistency, characterizes flashbulb memories // *Psychological science*. Vol. 14, No. 5.

■ ■ ■ Communication with Russian Expatriates: an integrated approach

Alexander N. Averin, Felix I. Sharkov

Abstract. The authors dwell upon the problem of communications with Russian expatriates, as well as with the state bodies of the countries of their residence. In today's Russian society demographic problem is quite relevant. One of the means of its resolution can be a large-scale attraction of expatriates from foreign countries. In this regard, it is important to intensify communications with expatriates in order to keep them informed of the state policy of the Russian Federation towards Russian expatriates. The paper represents the analysis of legal and organizational basis of communication with expatriates, and the state bodies of the countries of their residence. The new integrated approach in communications with expatriates implies a formal modification of the message: the transformation of the message depending on the form of submission and the possibility of perception of the integrated content by expatriates. Since the integration of information flows increases the number of contacts with expatriates, both the intensity and effectiveness of interaction increase. The completeness of coverage increases as well. Integration of a number of available communication channels helps to strengthen the basic thesis of the message in the minds of recipients from among expatriates. In addition, each of the messages due to the variety of forms of submission creates the effect of novelty.

As a result of the analysis, the authors have come to the conclusion that the legal and organizational basis of communication with Russian expatriates abroad and with the countries of their residence allows to continue the resettlement of expatriates in the Russian Federation.

Keywords: state program, state, information, commission, communication, compatriots abroad, Russian expatriates

For citation: Averin A.N., Sharkov F.I. Communication with Russian Expatriates: an integrated approach. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No. 1. P. 129-142. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-129-142.

Inf. about the authors: Alexander Nikolaevich Averin, professor, Dr. Sc. (Philos.), Professor at the Institute of Law and National Security of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; Felix Izosimovich Sharkov, professor, Dr. Sc. (Soc.), head of department of public relations and media policy, Institute of Public Administration and Civil Service, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. Address: 119571, Moscow, Vernadsky av., 82. E-mail: fi.sharkov@migsu.ru.

Received: 30.01.2018. *Accepted:* 15.02.2018.

References

- Balikhin G.A. (2016). Migration and migrants: rights and obligations, work and education, language and culture: innovative dictionary. 2nd ed. Moscow (In Rus.).
- Bartlett F.C. (1932). Remembering: a study in experimental and social psychology. Cambridge: Cambridge University Press.

- Britvina I.B. (2014). Migration and efficiency of mass communication. Ekaterinburg: publishing house of Ural UN-TA (In Rus.).
- Cazden C.B. (2001). Classroom discourse: the language of teaching and learning. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Chervinskiy A.P. (2015). State policy of the Russian Federation in respect of compatriots abroad, as one of the directions of the state policy of Russia. Orel: Publishing house OF Ringers (In Rus.).
- Cobb P. (1994). Where Is the Mind: constructivist and sociocultural perspectives on consequences of symbolic communication (pp. 193-229). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Daiute C. (2002). Social relational knowing in writing development. In E. Amsel & J.P. Byner (Eds.) Language, literacy and cognitive development: The Development and mathematical development. *Educational Researcher*. No. 23 (7). P. 13-20.
- Dobrenkova E.V. (2013). Discourse as a communicative event and speech event. *Communicology*. No. 1. P. 93-99 (In Rus.).
- Grigorieva B.S. (2007). Discourse as an element of communicative process: pragmatic and cognitive aspects. Tambov (In Rus.).
- Grishanova A.G. (2016). Migration Potential of Russia in the New Abroad. Ed. by A.G. Grishanov, N.I. Kozhevnikov, L.L. Rybakovsky. Moscow: Ekon-inform (In Rus.).
- Talarico J.M., Rubin D.C. (2003). Confidence, not consistency, characterizes flashbulb memories. *Psychological science*. Vol. 14, No. 5.
- Koriat A., Goldsmith M., Pansky A. (2000). Toward a Psychology of Memory Accuracy. *Annual Review Psychology*. No. 51. P. 481-537.
- Vorobieva O.D. (2016). Migration policy of Russia: history and modernity. Ed. by O.D. Vorobieva, L.L. Rybakovsky, O.L. Rybakovsky. Moscow: Econ-Inform (In Rus.).
- Nourkova V.V., Bernstein D.M., Loftus E.F. (2004). Altering traumatic memory. *Applied Cognitive Psychology*. No. 4.
- Ryazantsev S.V. (2014). Compatriots Abroad. Russian, Russians, Russian-speaking compatriots: resettlement, integration and return migration to Russia. Ed. by S.V. Ryazantsev, A.A. Grebenyuk. Moscow: ISPI RAS (In Rus.).
- Staarman J.K., Krol K., van der Meijden H. (2005). Peer interaction in three collaborative learning environments. *Journal of Classroom Interaction*. No. 40(1): 29-39.
- Tyurina, S.Y. (2008). Discourse as an object of linguistic research. Vladimir Branch of the Nizhny Novgorod State Linguistic University [online source]: <https://cyberleninka.ru/article/n/semanticheskie-aspekty-diskursa-v-sfere-nauchnogo-stilya-rechi>.
- Volokh V.A. (2017). Migration policy: textbook for bachelors. Moscow: GUU, 2017 (In Rus.).
- Zavaylov A.V. (2017). Social adaptation of Ukrainian immigrants: monograph. Irkutsk: Publishing house of ISU (In Rus.).

■ ■ ■ О слабых звеньях коммуникативной деятельности по противодействию коррупции

Воронцов С.А., Понеделков А.В.

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

Аннотация. В статье анализируются слабые звенья в коммуникативной деятельности по противодействию коррупции, которая рассматривается не только как противоправная деятельность, но фактически, как часть производственных, социальных, политических и иных отношений, сложившихся в Российской Федерации. На основе социологического опроса, осуществленного Лабораторией проблем повышения эффективности государственного и муниципального управления ЮРИУ – филиал РАНХиГС в 15 субъектов России в ноябре-декабре 2017 года, в рамках подготовки к Круглому столу с международным участием «Проблемы противодействия коррупции на государственной и муниципальной службе и пути их решения в современной России» (16-17 февраля 2018 года, г. Ростов-на-Дону), исследованы некоторые тенденции и результаты, отмеченные в противодействии коррупции за последние годы. Выделены отдельные «слабые звенья» в коммуникативной деятельности, влияющие на эффективность противодействия коррупции, сформулированы возможные направления повышения эффективности антикоррупционной деятельности.

В результате анализа авторы статьи также пришли к выводу о том, что повышение эффективности коммуникативной деятельности по противодействию коррупции зависит от организации глубины исследования природы коррупции и форм ее проявления в современном российском обществе. Представляется, что в современных условиях наряду с репрессивным методом подавления коррупционных преступлений, стратегическим направлением противодействия коррупции должно стать выявление и устранение причин и факторов, формирующих коррупционные риски.

Ключевые слова: коррупция, взяточничество, правовое регулирование, коммуникативная деятельность, сферы коррупции, уровень коррупции, причины и факторы коррупции, СМИ, антикоррупционное просвещение

Для цитирования: Воронцов С.А., Понеделков А.В. О слабых звеньях коммуникативной деятельности по противодействию коррупции // *Коммуникология*. 2018. Том 6. №1. С. 143-154. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-143-154.

Сведения об авторах: Сергей Алексеевич Воронцов, профессор, доктор юридических наук, профессор кафедры процессуального права Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; Александр Васильевич Понеделков, профессор, доктор политических наук, заслуженный деятель науки РФ, заведующий кафедрой политологии и этнополитики Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Адрес: 119571, г. Москва, пр-т Вернадского, 82. E-mail: ponedelkov@skags.ru.

Статья поступила в редакцию: 11.02.2018. *Принята к печати:* 15.02.2018.

Проблемы противодействия коррупции в третьем тысячелетии уверенно вошли в число первоочередных проблем в большинстве государств мира. Причем, если современное западное общество потребления характеризуется, как минимум тремя важнейшими характеристиками: планированием (проектным), управлением и манипулированием, то в России следует учитывать четвертую составляющую – системную коррупцию, которую, по мнению профессора А. Чернышова, «необходимо рассматривать как систему отношений, пронизывающую структуры государства и общества» [Лапшин].

Анализ коррупционных механизмов, сложившихся в России показывает, что коррупция – не просто противоправная деятельность. Фактически она стала частью производственных, социальных, политических и иных отношений. Она прочно вошла в механизм власти, который без «коррупционной смазки» не выполняет своих функций. За последние два-три десятилетия воспитано поколение людей, которые просто не представляют, как можно решать служебные и личные вопросы без взяток, подношений и откатов.

Экспертные оценки проблем противодействия коррупции на государственной и муниципальной службе в современной России

В целях изучения общественного мнения по проблемам противодействия коррупции на государственной и муниципальной службе, Лабораторией проблем повышения эффективности государственного и муниципального управления ЮРИУ – филиал РАНХиГС (далее – Лаборатория) в ноябре-декабре 2017 года на территории 15 субъектов Российской Федерации (Ростовская, Московская, Архангельская, Курганская, Челябинская, Ярославская области, Краснодарский, Приморский, Ставропольский края, Чеченская республика, республики Северная Осетия-Алания, Башкортостан, Карелия) был проведен социологический опрос экспертов (всего опрошено 1005 человек).

Результаты опроса показали, что 81,3% экспертов считают, что коррупцию характеризует получение или дача взятки должностному лицу, 58,3% выбрали ответ – «использование должностного положения в личных, корыстных интересах», 29,2% – «подношение различных подарков должностным лицам за принятия «нужного решения» и 27,1% – «побуждение должностных лиц к принятию тех или иных решений под давлением каких-либо обстоятельств» [Проблемы...].

Как видно, коррупция в общественном мнении ассоциируется, в первую очередь, с правонарушениями должностных лиц, которыми признаются лица, постоянно, временно или по специальному полномочию осуществляющие функции представителя власти либо выполняющие организационно-распорядительные, административно-хозяйственные функции в государственных органах, органах местного самоуправления, государственных и муниципальных учреждениях, государственных корпорациях, государственных компаниях, государственных

ных и муниципальных унитарных предприятиях, акционерных обществах, контрольный пакет акций которых принадлежит РФ, субъектам РФ или муниципальным образованиям, а также в Вооруженных Силах РФ, других войсках и воинских формированиях РФ¹.

Основную опасность коррупции для российского общества и государства эксперты видят в угрозе национальной безопасности государства, уязвимость которого существенно возрастает в связи с возможным подкупом государственных служащих со стороны иных государств, для работы в их интересах (54,2%).

37,5% экспертов полагают, что коррупция способствует формированию искаженного правопонимания в обществе, часть которого считает, раз законы не обязательны для коррумпированной элиты, значит, населению их вообще можно не соблюдать (37,5%).

Коррупция снижает уровень политической лояльности граждан к государству и его политическим лидерам, не соблюдающим законы – так считают 29,2 % экспертов. Более 2/3 опрошенных связывают проблему коррупции в стране с коррумпированностью политических лидеров.

Треть экспертов считает, что коррупция лишает государство и общество будущего, нейтрализует систему социальных лифтов, исключает возможность чего-либо добиться в жизни, и поэтому уничтожает социальную активность.

К причинам «живучести» взяточничества государственных и муниципальных служащих около 50% экспертов отнесли «покровительство», оказываемое коррупционерам со стороны вышестоящих чиновников. 40% экспертов считают, что чиновники стали коррупционерами в силу отсутствия моральных принципов и порядочности.

Треть экспертов основную причину коррупции чиновников видят в низкой заработной плате государственных и муниципальных служащих.

По мнению экспертов, коррупция наибольшей степени поразила правоохранные органы (87,5%), органы государственной власти и местного самоуправления (77,1%), судебную систему (64,6%), бизнес и предпринимательство (39,6%), образование и науку (39,6%).

Согласно сложившейся в нашем Отечестве необъяснимой тенденции абсолютизации возможностей правового регулирования государственных и общественных отношений, эффективность деятельности во всех, без исключения, сферах жизни, в том числе и борьбе с коррупцией, принято связывать, в первую очередь, с совершенствованием законодательства. За последние десять лет в Российской Федерации осуществлено последовательное внедрение в практику антикоррупционной деятельности значительное число федеральных законов, указов президента и постановлений правительства, разработанных на основе международных антикоррупционных стандартов.

¹ КонсультантПлюс: 1997-2018. http://www.consultant.ru/law/podborki/dolznoznostnoe_lico/

Политико-правовые подходы к коммуникативной деятельности по противодействию коррупции

В 2008 году были приняты Национальный план противодействия коррупции¹ и Федеральный закон «О противодействии коррупции»², которые установили основные понятия в данной сфере, принципы противодействия коррупции, правовые и организационные основы предупреждения коррупции и борьбы с ней, минимизации и (или) ликвидации последствий коррупционных правонарушений.

На основе указанных правовых актов издан ряд указов Президента РФ, в соответствии с которыми:

- определен новый порядок представления, проверки и размещения сведений о доходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера лиц, замещающих государственные должности РФ, государственных служащих и иных лиц;
- установлен порядок создания и функции подразделений по профилактике коррупционных и иных правонарушений кадровых служб федеральных государственных органов;
- изменены подходы к планированию и организации деятельности в сфере противодействия коррупции;
- введен институт увольнения в связи с утратой доверия;
- внесены чрезвычайно важные изменения в законодательство об административных правонарушениях;
- введен контроль за соответствием расходов лиц, замещающих государственные должности, и иных лиц их доходам;
- установлен запрет отдельным категориям лиц открывать и иметь счета (вклады), хранить наличные денежные средства и ценности в иностранных банках, расположенных за пределами территории Российской Федерации, владеть и (или) пользоваться иностранными финансовыми инструментами.

Федеральный закон от 4 мая 2011 года № 97-ФЗ³ дифференцировал размеры взятки, установил ответственность за посредничество во взяточничестве (ст. 291.1 УК РФ), криминализировал подкуп иностранных должностных лиц и должностных лиц публичных международных организаций, установил кратные размеры штрафов и др.

¹ Национальный план противодействия коррупции от 31 июля 2008 г. // Российская газета, август 2008 г.

² О противодействии коррупции: Федеральный закон от 25.12.2008 г. № 273-ФЗ (ред. от 15.02.2016 г.) // Собрание законодательства РФ. 2008. № 52 (ч. 1). С. 6228.

³ Федеральный закон от 4 мая 2011 г. N 97-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в связи с совершенствованием государственного управления в области противодействия коррупции» // ГАРАНТ: <http://base.garant.ru/12185476/#friends#ixzz57XRg2e6D>

В УК РФ введены новые привилегированные составы мелкого взяточничества (ст. 291.2 УК РФ) и мелкого коммерческого подкупа (ст. 204.2 УК РФ)¹.

Формирование антикоррупционного законодательства, несомненно, является весьма значимым фактором в организации противодействия коррупции. Фактором необходимым, но недостаточным. Чтобы это понять следует вспомнить слова одного из героев произведения братьев Стругацких «Град обреченный»², который попав в незнакомый город, обращается к собеседнику: «я не спрашиваю, какие законы в твоём городе, я спрашиваю, они исполняются?»

Поэтому, не отрицая важности и значимости законодательной работы, следует отметить, что ключевое влияние на противодействие коррупции оказывает не столько позитивное законодательство, сколько понимание сущности объекта воздействия и коммуникативная антикоррупционная деятельность, реализуемая органами власти. Под коммуникативной деятельностью в контексте данной статьи понимаем взаимодействие людей, направленное на согласование и объединение усилий с целью налаживания отношений и достижения общего результата³.

«Слабые звенья» в коммуникативной деятельности по противодействию коррупции

Оценивая современный этап противодействия коррупции, начавшийся с момента введения Национального плана противодействия коррупции, следует объективно признать, что государством и обществом получены позитивные результаты в борьбе с данным негативным феноменом. Пока эти результаты невелики, но они превышают уровень социологической погрешности. Чтобы повысить эффективность противодействия коррупции, следует найти ответ на вопрос: где слабое звено в системе антикоррупционных мер?

Исходя из модели К. Шеннона, можно выделить следующие основные элементы коммуникационной цепи: 1) источник информации; 2) передатчик; 3) приемник; 4) получатель информации⁴. При организации коммуникативной деятельности ключевое значение представляет получатель информации, являющийся объектом воздействия.

При организации коммуникативной деятельности по противодействию коррупции ключевое значение имеют объективность источника информации (органы власти, правоохранительные органы, социологические центры и общественные организации), лежащая в основе выбора «точек приложения сил» в борьбе с корруп-

¹ Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996, N 63-ФЗ: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/

² Братья Стругацкие. Град обреченный: <http://knijky.ru/books/grad-obrechenny>

³ Коммуникативная деятельность человека: понятие, взгляды психологов, виды и ее составляющие. Средства и онтогенез: <http://www.yfamily.ru/content/191>

⁴ Основные элементы коммуникационной цепи: <http://psihologia-4-2.odn.org.ua/33.htm>

цией; передатчик информации (СМИ и социальные сети), который должен донести ее до объекта воздействия; получатель информации, являющийся объектом воздействия (сферы деятельности, контингенты сотрудников, население). Представляется, что именно в этих звеньях возникают наиболее серьезные проблемы.

1. Так, глава МВД Владимир Колокольцев указал, что в число сфер, «наиболее подверженным криминальным посягательствам» попали строительство и содержание автодорог, сфера госзакупок, образование, здравоохранение, наука и культура¹. При этом, он скромно умолчал о правоохранительных органах и прежде всего о полиции, сотрудники которой постоянно фигурируют в сводках преступлений. Так, по данным Управления по надзору за исполнением законодательства о противодействии коррупции Генпрокуратуры, в Российской Федерации, за последние три с половиной года за совершение коррупционных преступлений осуждено более 45 тыс. человек, из которых 4,5 тыс. являлись должностными лицами правоохранительных органов².

Следует отметить, что данные, приведенные министром внутренних дел, характеризуют не объективно существующие сферы, «наиболее подверженным криминальным посягательствам», а те сферы, где правоохранителям удалось получить результаты в борьбе с коррупционными проявлениями. В каком соотношении эти сферы находятся с реальным уровнем коррупции, никто в стране не знает.

Как научно объяснить, что в настоящее время наиболее высокий уровень коррупции зафиксирован в полиции, а уровень подобных преступлений в образовании, медицине и среди муниципальных служащих за последние годы снизился? Отдельные эксперты полагают, что это является следствием антикоррупционного просвещения, под влиянием которого граждане осознали опасность коррупционных проявлений. Однако, большая часть экспертов объясняет данный феномен тем, что Президентом России дано политическое указание в первоочередном порядке очистить от т.н. оборотней правоохранительные органы.

Таким образом, уровень коррупции в стране предопределяется «охотой» на указанные политическим руководством страны сферы и контингенты. Кто будет в следующей волне выявленных коррупционеров, зависит не только от объективных предпосылок общественного бытия и складывающейся криминогенной обстановки, а и от сфер и социальных групп, указанных в Национальном плане противодействия коррупции на соответствующий период.

2. Утверждение, что латентность коррупции свыше 95%, не подтверждается достоверными исследованиями.

Представители Академии управления МВД России утверждают, что латентность взяточничества составляет 98% [Иванов, Шегабудинов]. С подобными выводами солидарны ряд представителей прокуратуры и Следственного комите-

¹ Глава МВД перечислил пять самых коррумпированных сфер в России: <https://ria.ru/society/20161005/1478557987.html>

² Коррупция нанесла РФ ущерб на 130 млрд рублей за 2,5 года: <https://www.gazeta.ru/social/2017/08/09/10825598.shtml>

та, полагающих, что органы правопорядка раскрывают не более 5% данных преступлений данного вида.

В свою очередь у представителей научной среды эти оценки вызывают обоснованное сомнение, особенно если учитывать, что согласно информации тех же правоохранительных органов, 20% уголовных дел, рассмотренных судами, связаны с дачей или получением взятки¹.

Несложно подсчитать, что если правоохранительные органы смогут выявить 25% коррупционных преступлений, то все дела, рассматриваемые судами страны, будут исключительно по данной окраске. А если, в идеале, будет выявляться 100% случаев взяточничества, то количество дел превысит в 4 раза возможности реально существующей отечественной судебной системы.

Правомерен вывод о том, что какова структура коррупции, как она распределена по различным сферам и контингентам, сотрудники правоохранительных органов, впрочем, как и представители научной среды, имеют весьма противоречивое представление, не подтверждаемое объективными материалами. При оценке статистических показателей противодействия коррупции с опорой на результаты деятельности правоохранительной системы, невозможно утверждать, что эти показатели объективно связаны с изменением реального уровня коррупции в стране.

3. Сегодня основное внимание правоохранительных органов сосредоточено на выявлении и пресечении т.н. бытовой коррупции, которая охватывает сферу взаимоотношений рядовых граждан и органов власти, прежде всего различного вида регистрации, услуги, здравоохранение, образование, правоохранительную деятельность, судопроизводство и др. и которая по оценке Президента России В.В. Путина является «самой опасной формой коррупции»².

Эта же мысль «красной нитью» проходит в пояснительной записке к тексту Федерального закона от 03.07.2016 № 324-ФЗ³, в которой указано, что в 2012 – 2015 годах подавляющее большинство уголовных дел по факту коммерческого подкупа, дачи или получения взятки возбуждалось при сумме менее 10 тысяч рублей. Принимая во внимание небольшую общественную опасность таких преступлений и необходимость реализации принципа справедливости при назначении уголовного наказания за эти деяния, было принято решение:

– в статье 204.2 УК РФ о том, что мелкий коммерческий подкуп на сумму, не превышающую десяти тысяч рублей, наказывается штрафом, либо обязатель-

¹ Бытовая коррупция, или Почему люди дают взятки: <http://don24.ru/press-room/bytovaya-korrupciya-ili-pochemu-lyudi-dayut-vzyatki.html> (05.12.2017).

² Путин обозначил новые направления антикоррупционной политики в России: <https://pasm.ru/archive/132369/>.

³ Паспорт проекта Федерального закона № 1079243-6 «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации» (в части усиления уголовной ответственности за преступления коррупционной направленности) // Правовая система «КонсультантПлюс».

ными работами на срок до двухсот часов, либо исправительными работами на срок до одного года, либо ограничением свободы на срок до одного года;

– в статье 291.2 УК РФ о том, получение взятки, дача взятки лично или через посредника в размере, не превышающем десяти тысяч рублей, наказываются штрафом, либо исправительными работами на срок до одного года, либо ограничением свободы на срок до двух лет, либо лишением свободы на срок до одного года.

Значительное количество мелкого взяточничества и мелкого коммерческого подкупа фиксируется на фоне снижения показателей раскрываемости взяточничества. При этом, на фоне сокращения регистрации преступлений коррупционного характера увеличивается причиненный ею материальный вред, увеличение которого в 2016 году достигло 100%. Правомерен вывод, что мелкое взяточничество несоизмеримо по ущербу с «верхушечной» коррупцией, что требует соответствующей смены приоритетов в организации противодействия коррупции.

4. Сегодня в противодействии коррупции рельефно выделяется репрессивный аспект, реализуемый системой правоохранительных органов. Стремление этих органов получить весомые формальные показатели антикоррупционной деятельности, формирует у населения впечатление о высоком уровне коррупции в стране или регионе. Нет сомнения, что коррупционные проявления должны пресекаться в соответствии с действующим законодательством. Таким образом, репрессивный метод необходим, но не достаточен, ибо борьба ведется не с коррупцией, причинами и факторами ее порождающими, а с коррупционерами, что далеко не одно и то же.

5. Необходимо учитывать влияние СМИ на формирование структуры и масштабов коррупции в головах населения, ибо ориентируясь на информацию в газетах, телепрограммах, социальных сетях люди получают представление об уровне коррупции в стране и ее движущих силах. Порой возникает впечатление, что объем устрашающих публикаций и телепередач об уровне коррупции в стране превышает «критическую массу» формируя у населения впечатление безысходности, всеобщей коррумпированности власти и правоохранительных органов, что в корне не соответствует реальному положению дел. Свой вклад в разочарование населения процессом противодействия коррупции вносят правоохранительные органы, придумывающие «экзотические» методы противодействия данному негативному феномену. Так, например, из-за роста преступности среди сотрудников полиции в Ростове-на-Дону городское УВМД решило привлечь к решению проблемы Русскую православную церковь. Издан приказ, согласно которому каждый сотрудник должен вместе с семьей встретиться со священником, а в доказательство этого предоставить видеозапись в ОМПО ОРЛС УВМД по г. Ростову-на-Дону¹.

6. Возвращаясь к модели К. Шеннона, обратим внимание на элемент коммуникационной цепи, служащий передатчиком. В широком смысле под передатчиком

¹ Полицейских обязали с семьями ходить к священникам. Видеоотчет о встрече нужно сдавать начальству: <https://ura.news/news/1052322979>

можно рассматривать печатные и электронные СМИ. В упомянутом выше социологическом исследовании, в качестве фактора, снижающего эффективность формирования в обществе отрицательного отношения к коррупции эксперты отметили неудовлетворительную работу как центральных, так и местных СМИ. Так, более 2/3 экспертов считают, что центральные и региональные СМИ освещают только наиболее громкие задержания; около 25% экспертов придерживаются мнения, что результаты борьбы с коррупцией практически не находят отражения в региональных СМИ. Удовлетворены деятельностью СМИ по данной проблеме не более 15% экспертов. Треть экспертов считает, что все резонансные дела в отношении высокопоставленных коррупционеров, являются реальным результатом борьбы с коррупцией, однако, отмечают, что *в большинстве случаев общество не информировано о том, чем заканчиваются эти резонансные дела. 47,9% экспертов полагают, что большинство задержаний имело «показательный» характер, создающий видимость борьбы с коррупцией, 10,5% думают, что были задержаны только те чиновники, которые не отчисляли процент вышестоящему руководству.*

Оценивая роль СМИ в организации информационного сопровождения противодействия коррупции, вспоминается веселый цинизм лорда Морли, утверждавшего, что «в речи имеют значение три вещи: кто говорит, как говорит и что говорит. И из этих трех вещей наименьшее значение имеет третья»¹.

7. Важную роль в противодействии коррупции играет антикоррупционное просвещение. Как представляется это долговременный процесс, результаты которого проявляются постепенно, в течение продолжительного времени, ибо человеческую природу изменить в какие-либо короткие сроки еще никому в истории человечества не удавалось.

Как известно, человек – существо, имеющее рассудок. И в ситуации, когда имеется возможность выбора, он выбирает наименее затратный и выгодный путь. И сколько бы мы не твердили человеку, что давать и брать взятки плохо, если возникает ситуация, при которой можно достичь выгоду для себя лично, как показывает жизнь, ни этические нормы, ни законы не срабатывают. Люди дают и берут взятки из соображений выживания, комфорта, престижа.

Значительная часть взяток дается людьми, чтобы решить какой либо вопрос. Поэтому государство должно создавать условия для решения тех проблем, которые традиционно решаются при помощи взятки, причем, применять в данном процессе технологии, исключаящие мздоимство, например, широко использовать принцип «единого окна», позволяющий разделить потребителя услуги и ее исполнителей. Введение электронных технологий государственных услуг под общественным контролем уже частично изменило поле коррупционных рисков. Примеры: электронная очередь в детский сад, получение документов по земельным и имущественным вопросам, получение загранпаспорта, бально-рейтинговая система в ВУЗах и др.

¹ Дейл Карнеги. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей выступая публично: http://www.edgarcaysi.narod.ru/karnegi_kvu_6.html

В Национальном плане противодействия коррупции на 2016 – 2017 годы¹ Президентом России В. Путиным была поставлена задача организовать исследование природы коррупции и форм ее проявления в современном российском обществе. Представляется, что выявление и устранение причин и факторов, формирующих коррупционные риски, должно стать в современных условиях стратегическим направлением противодействия коррупции.

Источники

Иванов П.И., Шегабудинов Р.А. (2017). Экономическая и коррупционная преступность и ее латентность как объект криминологического исследования. *Вестник экономической безопасности* [эл. ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-i-korrupsionnaya-prestupnost-i-ee-latentnost-kak-obekt-kriminologicheskogo-izucheniya>

Лапшин А.О. (2017). Еще раз о власти. *Власть*. № 12. С. 180-185.

Силкин В.В. Информационно-коммуникативные управленческие процессы в политическом пространстве общества // *Коммуникология*. 2017. Том 5. № 6. С. 15-16.

Сулейманова Ш.С. (2009) Этнический фактор в современном политическом развитии России // *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология»*. № 2. С. 115.

Сулейманова Ш.С. (2015). Образ мусульманина в федеральных СМИ: мифы о «чужаках» и «врагах России» как угроза единству нации // *Ислам в современном мире*. 2015. Т. 11. № 1. С. 135.

Тоффлер Э. (1984). На пороге будущего // «Американская модель»: с будущим в конфликте. Москва. С. 33.

Фатьянов А.А. (2001). Правовое обеспечение безопасности информации в Российской Федерации. Москва. С. 95.

Хабермас Ю. (2002). Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб.: Наука. С. 173-286.

Хабермас Ю. (2008). Отношения к миру и рациональные аспекты действия в четырех социологических понятиях действия / Пер. с нем. Т. Тягуновой // *Социологическое обозрение*. Т. 7. №1. С. 3-25.

Шарков Ф.И. (2013). Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы. М.: Дашков и Ко.

Шарков Ф.И., Седов О.А. (2017). Продвижение бренда посредством новых информационно-коммуникационных технологий (на примере российских авиакомпаний) // *Коммуникология*. Том 5. №6. 2017. С. 86-101.

Шеннон К. (1963). Работы по теории информации и кибернетике. Москва: Издательство иностранной литературы. Под ред. Р.Л. Добрушина и О.Б. Лупанова. С предисловием А.Н. Колмогорова. С. 84.

Brzezinski Z. (1970). *Between Two Ages: America's Role in the Technetronic Era*. Viking Press.

Habermas J. (1984). What is universal pragmatics? // *Communication and the evolution of society*. Polity Press. P. 1-68.

¹Указ Президента РФ от 1 апреля 2016 г. N 147 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2016 – 2017 годы» // ГАРАНТ: <http://base.garant.ru/71364578/#ixzz57XphvsoP>

■ ■ ■ On Weakest Links of Communication in Corruption Control

Alexander V. Ponedelkov, Sergey A. Vorontsov

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

Abstract. The paper is based on sociological survey survey conducted by the Laboratory of problems of increasing the efficiency of state and municipal management of the South-Russian Institute of Management – branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. The survey has been carried out in a number of constituent entities of Russia in November-December 2017 in preparation for the Roundtable with international participation “Problems of countering corruption in public and municipal administration and ways of their solution in modern Russia” (February 16-17, 2018, Rostov-on-Don). The authors examine some trends and results that have been marked in counteraction to corruption in recent years, identify the ‘weak links’ in communicative activity that affect the effectiveness of corruption control, and suggest the possible ways to improve the effectiveness of anti-corruption activity.

As a result of this analysis, the authors come to the conclusion that increasing the effectiveness of communicative activities to counter corruption depends on the organization of the depth of research into the nature of corruption and the forms of its manifestation in contemporary Russian society. It seems that in modern conditions, along with the repressive method of suppression of corruption crimes, the strategic direction of combating corruption should be to identify and eliminate the causes and factors that form corruption risks.

Keywords: corruption, bribery, legal regulation, communicative activity, corruption level, causes and factors of corruption, media, anti-corruption education

For citation: Vorontsov S.A., Ponedelkov A.V. On weakest links of communication in corruption control. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.1. P. 143-154. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-143-154.

Inf. about the authors: Sergey Alekseevich Vorontsov, professor, Dr. Sc. (Law), Professor at Department of the Procedural Law, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; Alexander Vasilievich Ponedelkov, professor, Dr. Sc. (Pol.), head of department of political science and ethnopolitics, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. Address: 119571, Moscow, Vernadsky av., 82. E-mail: ponedelkov@skags.ru.

Received: 11.02.2018. *Accepted:* 15.02.2018.

References

Ivanov P.I., Shegabudinov R.A. (2017). Economic and corruption crime and its latency as an object of criminological research. *Bulletin of Economic Security* [el. source]: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-i-korrupsionnaya-prestupnost-i-ee-latentnost-kak-obekt-kriminologicheskogo-izucheniya> (In Rus.).

- Lapshin A.O. (2017). Once again about power. *Power*. No. 12. P. 180-185.
- Shannon C.E. (1963). Selected papers on Information Theory of Cybernetics. Ed. R.L. Dobrushina, O.B. Lupanov, A.N. Kolmogorov. P. Moscow: Foreign Literature Publishing House (In Rus.).
- Sharkov F.I. (2013). The constants of goodwill: style, publicity, reputation, image and brand of the company. Moscow: Dashkov and Co (In Rus.).
- Sharkov F.I., Sedov A.O. (2017). Brand promotion through new information and communication technologies (for example, Russian airlines). *Communicology (Russia)*. Vol. 5. No. 6. 2017. P. 86-101 (In Rus.).
- Silkin V.V. (2017). Information and Communication Management in the Political Space of Society. *Communicology (Russia)*. Vol. 5. No. 6. P. 15-16 (In Rus.).
- Suleymanova Sh.S. (2009). Ethnic factor in the contemporary political development of Russia. *Bulletin of the Adyghe State University: Philosophy, History, Sociology, Jurisprudence, Political Science, Culturology*. No. 2. P. 115 (In Rus.).
- Suleymanova Sh.S. (2015). The Image of a Muslim in Federal Media: myths about 'outsiders' and 'enemies of Russia' as a threat to the unity of the nation. *Islam in the Modern World*. Vol. 11. No. 1. P. 135 (In Rus.).
- Habermas J. (2002). Moral consciousness and communicative action. SPb.: Nauka. P. 173-286 (In Rus.).
- Habermas J. (2008). Relationship to the world and the rational aspects of actions in four sociological concepts of action // *Sociological review*. Vol. 7. No.1. P. 3-25 (In Rus.).
- Habermas J. (1984). What is universal pragmatics? Communication and the evolution of society. Polity Press. P. 1-68.
- Toffler A. (1984). On the threshold of the future. The American model: with the future in conflict. Moscow. P. 33 (In Rus.).
- Fatyanov AA (2001). Legal basis of information security in the Russian Federation. Moscow. P. 95 (In Rus.).

ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИА ТЕХНОЛОГИИ
В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

JOURNALISM AND MEDIA TECHNOLOGIES IN THE INFORMATION
SOCIETY

■ ■ ■ Функционирование псевдо-новости в полях телевидения и Интернета: типология, практики, социальные эффекты

Ефанов А.А.

Оренбургский государственный университет, Оренбург, Российская Федерация.

Аннотация. В статье проводится авторское обоснование феномена псевдо-новости как дискретно существующей разновидности новости. Определяется, что, будучи формально (по структуре) построенным как новостное послание (аналогичные композиция, стилистика, основные элементы, диалектический ответ на триаду вопросов: «что», «где», «когда»), псевдо-новостное сообщение содержательно противоречит главным признакам новости (объективности, достоверности, отражению текущей действительности). Предлагается авторская типология – дифференциация явлений псевдо-новости на фейк и постправду. Если фейк может являться следствием непреднамеренности действий медиаконтролеров (погоня за сенсацией, низкий уровень профессионализма, проявляющийся в отсутствии навыков верификации фактологических данных), то постправда представляет собой результат спланированной техники, конечной целью которых становится осознанная дезинформация аудитории. Делается вывод, что системное конструирование явлений псевдо-новости в конечном итоге приводит к депрофессионализации, дискредитации работников сферы медиа и деинституционализации журналистики, усиливая «кризис доверия» к СМИ.

Ключевые слова: новость, псевдо-новость, фейк, постправда, СМИ, телевидение, Интернет

Для цитирования: Ефанов А.А. Функционирование псевдо-новости в полях телевидения и Интернета: типология, практики, социальные эффекты // *Коммуникология*. 2018. Том. 6. №1. С. 156-165. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-156-165.

Сведения об авторе: Александр Александрович Ефанов, кандидат социологических наук, доцент кафедры связей с общественностью и журналистики Оренбургского государственного университета. Адрес: 460018, г. Оренбург, пр-т Победы, 13. E-mail: yefanoff_91@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 15.02.2018. *Принята к печати:* 20.02.2018.

Современное медиaprостранство функционирует в условиях усиления скорости коммуникационных процессов, порождающих «волны» информационного шума. В этой связи все более очевидным становится размывание границ между правдой и ложью, медиагероями и медиаврагами, в результате чего в поле медиа все чаще возникают *псевдо-новости*. Однако до настоящего времени в контексте социогуманитарных наук (социологии, политологии, коммуникологии) учеными не выделялось дискретно оформившееся медиакоммуникационное явление, получившее статус псевдо-новости. Отличие псевдо-новости от другого

проявления медийной квазиреальности – фактоида – заключается в следующем: если в первом случае подразумевается имитация новости (как формы послания СМИ), то во втором – имитация факта. Иными словами, псевдо-новостное сообщение строится на оперировании фактоидами – недостоверными или ложными сведениями (как непроверенными, так и заведомо сфальсифицированными). При этом псевдо-новость может представлять собой как прямое (в том числе непреднамеренное) дезинформирование (фейк), так и тенденциозность освещения событий – смещение акцентов, замалчивание деталей, искусственная героизация или, напротив, стигматизация, усиление эмоционального ряда ввиду отсутствия или нехватки фактологических данных (постправда).

Хронологически первым было подвержено научному обоснованию явление фейка (в переводе с английского языка лексема «fake» означает «поддельный, фальшивый, ложный, фиктивный, ненастоящий, подложный, притворный»), которое стало предметом медиакоммуникационных исследований с начала 2010-х годов [Рочевтсов: 210-212]. Основной платформой для «фейковизации» О.С. Иссерс называет Интернет, а среди причин указывает на быструю скорость подачи контента: «В современных онлайн-медиа она такова, что у авторов, редакторов, контент-менеджеров просто нет времени на проверку фактов и достоверности таких новостей. Сенсационное сообщение первым уходит в новостные ленты и распространяется по Сети со скоростью света, а оттуда проникает в другие медиа – телевидение и газеты» [Иссерс: 118].

С.Н. Ильченко впоследствии уточняет, что фактор целеполагания при «фейковизации» «со стороны представителя медиа не является необходимым условием для квалификации полученной от него информации как фейка. То есть во все не обязательно видеть в факте появления фейка на полосе газеты или журнала, в радио- или телеэфире, на сайте информагентства злой умысел, в соответствии с которым автор сообщения намеренно исказил событийную фактуру, свидетельства очевидцев, статистику и цифры» [Ильченко: 25-26; Blokhin, Ilchenko: 10]. Иными словами, медиафейк является следствием журналистской депрофессионализации, особенно отчетливо проявляющейся в поле Интернета, в результате чего наблюдается усиленное медиа-тиражирование информации, не соответствующей «каноническим» признакам объективности и достоверности. Вероятно, подобная проблема возникает из-за неумения сотрудников некоторых веб-изданий работать с фактологической информацией, отсутствия навыков верификации полученных данных.

Свидетельством прямого фейка можно считать размещенное 11 октября 2017 года на информационном портале «Комсомольская правда» сообщение о смерти знаменитого оперного певца Д. Хворостовского (легенда мировой сцены скончалась на 5 недель позднее – 22 ноября). Псевдо-новость моментально появилась на десятках новостных лент, в том числе на сайте телеканала «360» (аффилированной структуры ВГТРК).

Информацию вскоре опровергли концертный директор М. Хилдрю («*Это полная неправда! Он жив и находится дома*»), а также супруга певца Ф. Хворостов-

ская («Мой муж в порядке и счастливо спит рядом со мной!!! К черту людей, пишущих такие вещи!!!»)¹. После этого сообщения о якобы смерти Д. Хворостовского были быстро отовсюду удалены, а репортер «Комсомольской правды» извинилась перед семьей, объяснив, что при подготовке материала она оперировала так называемой «инсайдерской» информацией – ссылаясь на личные, не до конца проверенные источники.

Однако необходимо отметить, что псевдо-новость смогла вызвать резкий и устойчивый интерес, поскольку «органично» (в понимании журналистов, разместивших фейк) вписывалась в нарративную историю об оперном певце, «сенсационно» дополняя ее (информация о состоянии здоровья Д. Хворостовского и его борьбе с неизлечимой болезнью систематически появлялась как в эфире телеканалов, так и на страницах Интернет-агентств).

Что касается второй разновидности псевдо-новости, понятие постправды (*post-truth*), появившись в 1992 году после публикации эссе С. Тезича в журнале «The Nation» («Мы, свободные люди, добровольно приняли решение, что хотим жить в некоем мире постправды») [Flood], стало по версии экспертов «Оксфордского словаря» [Палий: 153-157.] главным и наиболее употребительным словом 2016 года как в публикациях СМИ (на протяжении всего электорального марафона Д. Трампа и после его победы на выборах [Ефанов 2017: 40-44]), так и в работах ученых – социологов, политологов, лингвистов. При этом научному осмыслению данный феномен подвергали преимущественно зарубежные исследователи.

Концептуализация явления постправды в российской науке принадлежит С.В. Чугрову. В контексте политической социологии и коммуникологии он характеризует постправду как «особую квазиреальную среду», «постмодернистскую девиацию, деформированное и стереотипизированное состояние сознания, в котором стереотипы уже оторвались от реальных образов». По мнению ученого, «постправда – это некий контекст, модальность, ситуация, которые делают возможным распространение ложных новостей, причем не предполагающих за это ответных санкций. В таком модальном (релятивистском) контексте не имеет значения, правдива ли новость или нет. Важно, чтобы она соответствовала двум условиям: эмоциональному настрою потребителя информации и политическим целям коммуникатора» [Чугров: 46]. На основе стереотипизированного медиавосприятия формируется «общество постправды».

Пример конструирования явления постправды в медиа-повестке 2017 года связан с обвинением руководства радиостанции «Эхо Москвы» в сотрудничестве с западными организациями и Госдепом США со стороны журналистов ВГТРК. Так, 11 октября в эфире «России 24» в вечерний прайм-тайм вышел материал, по форме напоминающий аналитический обзор, хронометраж которого соста-

¹ Супруга Дмитрия Хворостовского: Он жив, лежит рядом со мной в кровати // Комсомольская правда: <https://www.kp.ru/daily/26739/3770632/> (дата обращения: 25.01.2018).

вил 6 минут. А сразу после выхода в телевизионный эфир материал был размещен на официальном Youtube-канале ВГТРК¹.

Предваряя сюжет, ведущий в кадре, применяя обличительную риторику (и при этом совершая множество оговорок во время чтения подводки, – вероятно, озвучивая чужой, специально подготовленный и выверенный текст), пытается заранее расставить акценты: *«Проводят пропаганду в России, организуют сбор информации и пытаются сформировать прозападную позицию в преддверии президентских выборов. Все это про зарубежные НКО, которые, как оказалось, весьма тесно сотрудничают с «Эхо Москвы». Конец сентября. Теплая встреча в прохладном Оренбурге. За закрытыми дверями беседуют представители российской радиостанции и западных организаций, таких как французская «Репортеры без границ» и немецкий «Фонд Р. Боша». Тема разговора – о финансировании молодых отечественных блогеров и журналистов из, скажем так, «оппозиционно настроенных». Еще одно свидетельство того, на что обратили внимание в Совете Федерации. Некоммерческие структуры с серым финансированием для дестабилизации российского общества становятся опаснее, чем немного-немало, а группировка ИГИЛ (запрещенная в РФ террористическая организация)».*

Затем обозреватель, рассказывая, что шеф-редактор «Эха Москвы» в Оренбурге М. Курников и журналисты федеральной редакции «Эха Москвы» А. Плющев и Т. Фельгенгауэр *«встречали американцев, французов и немцев с распростертыми объятиями»*, сопровождает свой монолог фотографиями сидящего в кресле М. Курникова, немецкой журналистки и короткого видеоряда зала ожидания аэропорта (при этом совсем не оренбургского, а на кадрах вообще отсутствовали вышеупомянутые персоны), создающий так называемый «эффект обоев». Как признались респонденты – журналисты оренбургских СМИ (возраст: 30-70 лет), участвующие в данной встрече, – в ходе проведенного авторского исследования «Постправда федеральных СМИ» методом полуструктурированного интервью (n=10) в декабре 2017 года: *«Американцы уже везде мерещатся федералам. Их не было, как и французов. На конференцию приехала единственная журналистка из Германии, которая рассказывала, можно ли сегодня быть фрилансером – работать на несколько СМИ одновременно и при этом ни от кого не зависеть»* (респондент № 3).

Сразу после этого обозреватель ВГТРК безапелляционно восклицает: *«На конференции говорили о кризисе журналистики. Мол, в России все плохо!»* Данный тезис также опровергли респонденты авторского исследования: *«Никто так не заявлял. Обсуждали, как нужно работать печатникам и телевизионщикам в эру Интернета. Рассматривали, какие темы волнуют сегодня аудиторию»* (респондент № 5).

¹ Эхо Госдепа. Радиостанция «Эхо Москвы» попала на сотрудничество с западными НКО // Youtube: https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=gLUDLmykaOY (дата обращения: 25.01.2018).

Впоследствии в материале ВГТРК дается аудиофрагмент выступления Т. Фельгенгауэр на конференции с крупным ее фото во весь экран: *«Если журналист допекает настолько, что не хочется больше игнорировать, тогда мы знаем, что есть Роскомнадзор и есть Следственный комитет»*. Судя по всему, фраза была вырвана из контекста. Кроме того, в отличие от видео, технически аудиоряд оказывается намного проще смонтировать, чего аудитория может никогда не заметить.

В продолжение обозреватель резюмирует: *«Выход собравшиеся видят в укреплении критически настроенных СМИ за счет иностранных денег. Обсуждают деятельность Кашина и Навального»*. Очередной тезис также был оспорен экспертами исследования: *«Никто нам денег не предлагал. А критически настроенными СМИ обязаны быть – просто большинство, к сожалению, научились так работать. Знаю, что на следующий день «эховцы» ходили на митинг Навального, но в день форсайт-сессии никто туда никого не агитировал»* (респондент № 9).

Для конституирования подобной позиции журналисты обращаются к мнению эксперта – некоего юриста И. Ремесло, заявившего, что «Эхо Москвы» *«проводит глубоко антигосударственную политику. И если мы посмотрим на источники их финансирования и на их доходность, то увидим, что там сплошные убытки»*. А затем в кадре вновь появляется ведущий, который, применяя обличительную риторику, восклицает: *«По сути, самый настоящий иностранный агент, который работает, даже не скрываясь. Подсчитано – только в прошлом году «Эхо» получило больше трех миллионов рублей от своих зарубежных друзей. <...> В общем, торговали настоящим информационным оружием по умеренным тарифам. Вот только в реестр Минюста умудрились не попасть»*. Эксперты, в свою очередь, отмечают: *«Я не являюсь поклонником «Эха». Мне с профессиональной точки зрения иногда любопытна их интерпретация событий. Как и у любого нынешнего СМИ, там тоже есть свои «герои» и перегибы. Но обвинять их и называть иноагентом кажется голословным. Наверное, это было сделано на общей волне «охоты на ведьм» – поисков и борьбы с иностранными агентами»* (респондент № 6).

О конструировании постправды можно судить и по тенденциозно подобранным деталям: использованию личного фотоархива М. Курникова из его социальных сетей во время пребывания в США, исторической параллелизации визита шеф-редактора «Эха Москвы» в Оренбурге в Фергюсон, *«где три года назад были беспорядки вокруг убийства белым полицейским афроамериканца»*. Для полного подтверждения своей «правоты» обозреватель выдвигает еще один аргумент: *«А еще Курников работает на радио «Свобода», которое финансируется США»*. Вероятно, автор рассчитывал, что из-за отрицательной коннотации лексемы «США» (в конституировании антизападных установок основополагающую роль сыграли именно отечественные СМИ) в сознании россиян произойдет конструирование образов журналистов «Эха Москвы» как нарушителей, предателей, антипатриотов.

Завершается материал выводом обозревателя, оперирующего риторикой неразумности: *«Раньше иностранные НКО и СМИ, которые получают западные деньги, действовали плюс / минус осторожно, но теперь, когда до выборов полгода, атакуют фактически в лоб. Вот только, если все «шито белыми нитками», то и верится в западные «в кавычках» ценности как-то с трудом».* После этого в отводке ведущий (вновь с оговорками) делает заключение: *«Пожалуй, тут только и остается, что развести руками. Ну, и вспомнить поговорку про «соринку в глазу», которой для американских властей с их-то бревнами стали российские RT и Sputnik».*

Согласно типологии тактик эмоционального воздействия в политическом дискурсе Н.Б. Руженцевой, стратегия диффамации «Эха Москвы» со стороны ВГТРК сочетала в себе несколько взаимосвязанных прямых тактик: тактику разоблачения (демаскировку) и тактику создания образа врага [Руженцева]. Однако необходимо отметить, что изначально типология тактик эмоционального воздействия была разработана ученым при исследовании стратегий дискредитации и диффамации политических акторов, где медиа выполняли роль посредника – своего рода «волеизъявителя». Противостояние ВГТРК и «Эха Москвы» показало, что в настоящее время в поле медиа протекают аналогичные политические процессы, а сами СМИ могут рассматриваться как полноценные политические силы (но, пользуясь терминологией Г.М. Маклюэна, фактически представляют собой идеологический «протез» [Маклюэн] своих учредителей, – как правило, бизнес-структур или политических акторов).

Что касается социальных эффектов, явление постправды в отношении «Эха Москвы» раскололо общество на два лагеря. Результаты дискурс-анализа комментариев в социальной сети «Facebook» показали, что 57 % пользователей, вероятно, интуитивно осознавая ирреальность конструкта, оперировали риторикой иронии: *«Хорошая политическая реклама – и тем, и другим!»* (Анна ***); *«Что за ересь?! Осталось только сжечь на костре. Но для начала надо решить – кого?!»* (Анатолий ***); *«Поди, и глушить начнут. Это мы проходили, но правдивую песню, как известно, не задушишь, не убьешь»* (Сергей ***); другая часть (43 %) поверила в истинность псевдо-новости, в результате чего придерживалась риторики порицания: *«Теперь понятно, за чей счет сей «демократический» банкет»* (Владимир ***); *«Они никакие не журналисты, а самые настоящие шпионы»* (Ольга ***); *«По-моему, налицо продажа Родины»* (Геннадий ***); *«Пора остановить этот беспредел – результат тлетворного влияния Запада!»* (Лариса ***).

Деструктивным последствием воздействия псевдо-новости можно считать усиление карательных установок в обществе, успешное манипулирование сознанием лиц, имеющих психические отклонения. Так, спустя пару недель после выхода материала ВГТРК в эфир и его обсуждения в социальных сетях на Т. Фельгенгауэр было совершено нападение – неизвестный проник в столичный офис «Эха Москвы» и ударил ведущую ножом в шею. Позднее на допросе злоумышленник по имени Б. Гриц заявил, что имел с ведущей некую «телепатиче-

скую связь» («Она была у меня в голове...»)¹. Что касается состояния здоровья Т. Фельгенгауэр, после длительной реабилитации ведущая вернулась к активной жизни и работе.

Еще одним ярким примером явления постправды можно считать медиа-репрезентацию выступления школьника из Нового Уренгоя в Бундестаге. Несмотря на то, что 19 ноября 2017 года в Германии в День скорби Николай на основе изученной биографии погибшего немецкого солдата апеллировал к необходимости сохранения мира во всем мире, поскольку война жестока и беспощадна по отношению ко всем ее участникам («*Всякий, кто заглянул в стекленеющие глаза солдата, умирающего на поле боя, хорошо подумает, прежде чем начать войну. <...> Я искренне надеюсь, что на всей земле восторжествует здравый смысл и мир больше никогда не увидит войн*»)², ряд новостных ресурсов (всего – 47 материалов в Интернете), вырвав фрагмент выступления школьника из контекста, интерпретировали речь как попытку оправдать фашизм. Об этом можно судить по заголовкам изданий, содержащих обличительную риторику (с акцентом на лексему «фашизм», поскольку в историческом сознании россиян прочно закрепилась отрицательная коннотация данной политической идеологии): «*Российский школьник заступился за фашистов*»; «*Школьник из Нового Уренгоя оправдал фашистов*»; «*В школе Нового Уренгоя воспитали фашиста*»; «*Российский школьник, уехав в Германию, встал на сторону фашистов*» и др.

После этого на Николая была открыта откровенная «травля» со стороны пользователей социальных сетей, где данное видео (тенденциозно смонтированное) было размещено, с призывами наказать родителей и учителей, воспитавших «фашиста»: «*Позор! Куда смотрели родители и учителя?!*» (Алла ***); «*Родителей – под суд, учителей – уволить!!!*» (Елена ***); «*Таких родителей надо лишать прав на воспитание*» (Николай ***); «*Вот такой результат патриотического воспитания в современных школах*» (Игорь ***); а самого школьника – депортировать: «*Выдворить из страны этого «европеоида»!*» (Юрий ***); «*Ему не место в России*» (Алексей ***); «*Пусть не возвращается, предатель*» (Ирина ***); угрожая в том числе физической расправой: «*Выбить надо из него эту дурь*» (Олег ***); «*Опасно, если мы с ним повстречаемся на пути*» (Сергей ***).

В отличие от истории с медиа-противостоянием ВГТРК и «Эха Москвы», в данной ситуации удалось избежать применения насилия. Во многом это связано с доминированием оправдательной риторики в медиа-повестке со стороны политических акторов, имеющих высокий «кредит доверия» в обществе. В под-

¹ На журналистку Татьяну Фельгенгауэр напали с ножом прямо в редакции «Эха Москвы» // Meduza: <https://meduza.io/feature/2017/10/23/napadenie-na-zhurnalistku-eha-moskvy-tatyanu-felgengauer-glavnoe> (дата обращения: 25.01.2018).

² Школьник из Нового Уренгоя рассказал в Бундестаге, что не все немецкие солдаты хотели воевать. В России его обвинили в оправдании нацизма // Meduza: <https://meduza.io/feature/2017/11/20/shkolnik-iz-novogo-urengoya-rasskazal-v-bundestage-chto-ne-vse-nemetskie-soldaty-hoteli-voevat-v-rossii-ego-obvinili-v-opravdanii-natsizma> (дата обращения: 25.01.2018).

держку Николая и на его защиту встали министр образования и науки РФ О. Васильева, уполномоченный при Президенте по защите прав ребенка А. Кузнецова, а также пресс-секретарь Президента Д. Песков, призвав прогрессивную общественность перестать «упражняться в человеконенавистничестве»¹ (всего вышло 76 материалов: из них на телевидении – 24, в Интернете – 52).

Результаты проведенного исследования позволяют конституировать псевдо-новость как дискретно существующую разновидность новости. Будучи формально (по структуре) построенным как новостное послание (аналогичные композиция, стилистика, основные элементы, диалектический ответ на триаду вопросов: «что», «где», «когда»), псевдо-новостное сообщение содержательно противоречит главным признакам новости (объективности, достоверности, отражению текущей действительности). Основное отличие двух типов псевдо-новости заключается в следующем: если фейк может являться следствием непреднамеренности действий медиаконтролеров (погоня за сенсацией, низкий уровень профессионализма, проявляющийся в отсутствии навыков верификации фактологических данных), то пост-правда представляет собой результат спланированности техник, конечной целью которых становится осознанная дезинформация аудитории. В конечном итоге системное конструирование явлений псевдо-новости приводит к депрофессионализации, дискредитации работников сферы медиа и деинституционализации журналистики, усиливая «кризис доверия» [Ефанов 2018: 536-537] к СМИ.

Источники

Ефанов А.А. (2018). «Кризис доверия» к телевидению // *Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия*. Сборник материалов международной научно-практической конференции. М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова.

Ефанов А.А. (2017). Эволюция стратегий репрезентации политического образа Дональда Трампа на российском телевидении // *Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика*. № 3.

Иссерс О.С. (2014). Медиафейки: между правдой и вымыслом // *Коммуникативные исследования*. № 2.

Ильченко С.Н. (2016). Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности // *Медиаскоп*. № 4.

Маклюэн Г.М. (2003). Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Зал. ст. М. Вавилова. М.: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле.

Палий О.Л. (2016). «Post-truth»: история слова года (2016) по версии Оксфордского словаря английского языка // *Безопасность, личность, общество: социально-правовые аспекты*. Сборник статей по материалам Всероссийского круглого стола. СПб.: Издательский дом «Петрополис».

Руженцева Н.Б. (2004). Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе: Монография. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та.

Чугров С.В. (2017). Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // *Полис. Политические исследования*. № 2.

¹ Песков осудил травлю ямальского школьника // Российская газета: <https://rg.ru/2017/11/21/peskov-osudil-travliu-iamalskogo-shkolnika.html> (дата обращения: 25.01.2018).

Blokhin I.N., Ilchenko S.N. (2015). Fake as a Format of Modern Journalism: the Information Reliability Problem // *Indian Journal of Science and Technology*. Vol. 8.

Flood A. (2017). "Post-truth" Named Word of the Year by Oxford Dictionaries // *The Guardian*: <https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries> (accessed: 22.01.2018).

Pocheptsov G. (2017). The Origins of Fake and Alternative Facts Can Help Us Understand the Concept of Post-Truth // *Russian Journal of Communication*. Vol. 9. № 2.

■ ■ ■ Fakes on Television and Internet: typology, practices, social effects

Aleksandr A. Yefanov

Orenburg State University, Orenburg, Russian Federation.

Abstract. The author substantiates the phenomenon of pseudo-news as a discrete version of the news. It is determined that, being formally (structured) constructed as a news message (similar composition, stylistics, basic elements, dialectical answer to the triad of questions: 'what', 'where' and 'when'), the pseudo-news report is contentiously contrary to the main signs of news (objectivity, reliability, reflection of current reality). The author suggests the typology for differentiation of pseudo-news phenomenon into fake and post-truth. If the fake can be the result of the unintentional actions of media controllers (the pursuit of sensation, the low level of professionalism, manifested in the lack of skills in verifying the factual data), then post-truth is the result of planned techniques, the ultimate goal of which is the conscious disinformation of the audience. It is concluded, that the systemic design of pseudo-news phenomenon ultimately leads to deprofessionalization, malpractice of media and deinstitutionalization of journalism, reinforcing the 'crisis of confidence' in the media.

Keywords: news, pseudo-news, fake, post-truth, media, television, Internet

For citation: Yefanov A.A. Fakes on Television and Internet: typology, practices, social effects. *Communicology(Russia)*. 2018. Vol. 6. No. 1. P. 156-165. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-156-165.

Inf. about the author: Aleksandr Aleksandrovich Yefanov, Cand. Sc. (Soc.), Associate Professor of the department of public relations and journalism of Orenburg State University. Address: 460018, Orenburg, Pobedy Av., 13. E-mail: yefanoff_91@mail.ru.

Received: 15.02.2018. *Accepted:* 20.02.2018.

References

Yefanov A.A. (2018). 'Crisis of Trust' to Television. *Journalism in 2017: Creativity, Profession, Industry*. Collection of Materials of the International Scientific and Practical Conference. Moscow: MediaMir; Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University (In Rus.).

Yefanov A.A. (2017). Evolution of Strategies for Representing the Political Image of Donald Trump on Russian Television. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economy. Policy*. No. 3 (In Rus.).

Issers O.S. (2014). Mediafairs: between Truth and Fiction. *Communicative Research*. No. 2 (In Rus.).

Ilchenko S.N. (2016). Fake in the Practice of Electronic Media: the Criteria of Reliability. *Mediascope*. No. 4 (In Rus.).

McLuhan G.M. (2003). Understanding Media: External Expansion of a Person / Transl. by V. Nikolayev; ed. by M. Vavilov. Moscow: Canon-press, Kuchkovo pole (In Rus.).

Paliy O.L. (2016). 'Post-truth': the History of the Word of the Year (2016) according to the Oxford English Dictionary. *Security, Personality, Society: Social and Legal Aspects*. Collection of Articles on the Materials of the All-Russian Round Table. St. Petersburg: Publishing House Petropolis (In Rus.).

Ruzhentseva N.B. (2004). Discrediting Tactics and Techniques in Russian Political Discourse: Monograph. Ekaterinburg: Publishing House of Ural State Pedagogical University (In Rus.).

Chugrov S.V. (2017). Post-truth: the Transformation of Political Reality or the Self-destruction of Liberal Democracy? *Polis (Political Studies)*. No. 2. (In Rus.).

Blokhin I.N., Ilchenko S.N. (2015). Fake as a Format of Modern Journalism: the Information Reliability Problem. *Indian Journal of Science and Technology*. Vol. 8.

Flood A. (2017). "Post-truth" Named Word of the Year by Oxford Dictionaries. *The Guardian*: <https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries> (date of the application: 22.01.2018).

Pocheptsov G. The Origins of Fake and Alternative Facts Can Help Us Understand the Concept of Post-Truth. *Russian Journal of Communication*. 2017. Vol. 9. No. 2.

■ ■ ■ Масс-медиа в пространстве социокультурной коммуникации (к вопросу о Новом Средневековье)

Новиков-Ланской А.А.

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

Аннотация. В статье рассматривается возможность описания современных массовых коммуникаций в рамках модели Нового Средневековья, предложенной современной культурологией для исследования культуры повседневности и типа ментальности глобального общества в двадцать первом веке. В статье показывается, каким образом определенные социокультурные особенности средневековых коммуникаций воспроизводятся на современном этапе. Автор статьи исследует типологические сходства коммуникаций обеих эпох, выделяя наиболее существенные факторы и признаки. В результате проведенного анализа делается вывод о том, что в рамках концепции Нового Средневековья возможна убедительная интерпретация социокультурных явлений современности, в частности феномена медиакратии, обуславливающей нормативность масс-медийных коммуникаций в глобальном обществе.

Ключевые слова: масс-медиа, Средневековье, Новое Средневековье, социокультурные коммуникации, медиакратия

Для цитирования: Новиков-Ланской А.А. Масс-медиа в пространстве социокультурной коммуникации (к вопросу о Новом Средневековье) // *Коммуникология*. 2018. Том 6. №1. С. 166-173. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-166-173.

Сведения об авторе: Андрей Анатольевич Новиков-Ланской, кандидат филологических наук, заведующий кафедрой политической и деловой журналистики ИГСУ РАНХиГС при Президенте РФ, вице-президент Международной евразийской академии телевидения и радио (МЕАТР). Адрес: 119571, г. Москва, проспект Вернадского, 84. E-mail: lanskoy@mail.ru

Статья поступила в редакцию: 17.02.2018. *Принята к печати:* 21.02.2018.

Информационная революция, начавшаяся в конце двадцатого века и по сути продолжающаяся по сей день, привела к появлению такого социокультурного уклада глобальной цивилизации, который еще не имеет устоявшегося научного инструментария для его описания. Новые культурные, в том числе коммуникативные феномены – прежде всего связанные с формированием сетевого общества и сетевых коммуникаций – требуют либо изобретения и разработки новых понятий, категорий и методов исследования, либо адаптации апробированных парадигм и моделей. При этом нетрудно предположить, что в итоге научное знание выработает сбалансированный комбинированный метод, сочетающий необходимые новации и проверенную традицию.

Одним из возможных путей подхода к описанию цивилизационных реалий становящегося пост-информационного общества может стать обращение к культурологическим и историко-культурным исследованиям специалистов по медиевистике, обративших внимание на определенную функциональную схожесть между миром средневекового Запада и сверхновым западным миром, стремительно транслирующим свои черты в глобальное пространство. Наиболее значительной фигурой, активно вводившей в исследовательский оборот понятие «Новое Средневековье», стал итальянский философ, ученый-семиотик, специалист по средневековой культуре Умберто Эко. Его программная статья «Средние века уже наступили» была опубликована еще в начале девяностых годов двадцатого века, и прошедшие четверть века показали, в какой степени он оказался прав в своих прогнозах и догадках [Эко].

Справедливости ради следует сказать, что само понятие «Новое Средневековье» впервые вводит философ Н.А. Бердяев в известной одноименной книге, изданной в Берлине еще в 1924 году – хотя там речь провидчески идет о предчувствии больших тоталитарных систем двадцатого века [Бердяев]. Позже в отечественной философской традиции эта тема разрабатывалась Питиримом Сорокиным, Г.П. Щедровицким и А.А. Зиновьевым.

Методологически важно заметить, что сам термин «Средневековье» вовсе не так очевиден в науке, как можно было бы подумать – и трудно определять одно непонятное явление через другое непонятное явление. Термин вовсе не устойчив: достаточно сказать, что до сих пор нет единого мнения, каковы хронологические границы этой эпохи. Представления могут существенно разниться: одни историки полагают, что Средние века закончились уже вместе с крестовыми походами, так как именно крестовые походы не без помощи арабского влияния актуализовали античное наследие, что и привело в результате к культуре Возрождения. Другие историографы считают, что Средневековье по сути закончилось лишь в девятнадцатом веке, и что только культура модернизма положила ему конец. Такой концепции «долгого Средневековья» придерживался, например, выдающийся отечественный медиевист А.Я. Гуревич [Гуревич].

Как бы то ни было, неустойчивость понимания границ Средневековья, как прежнего, так и становящегося, не так уж мешает нам увидеть то, как многие процессы глобализующегося мира – культурные, политические, экономические – определенным образом напоминают социокультурную специфику и динамику средневековой Европы. Ниже мы приведем перечень основных тезисов, аргументирующих правомочность этой «феодальной» теории и покажем их связь с актуальными позициями медийных исследований. Пока же упомянем несколько ключевых авторов, разрабатывающих эту тему.

Разговор о Новом Средневековье, или неофеодализме, невозможен без работ американского социолога Иммануила Валлерстайна [Wallerstein], показавшего стремительное возвращение старинных практик и представлений: его интересует прежде всего американское общество, а также трансляция новых влиятельных американских норм на все глобальное сообщество. Эта же проблема

тика отражена в исследованиях американского социолога советского происхождения Владимира Шляпентоха [Shlapentokh, Woods].

Современные российские реалии, близкие к обсуждаемой теме, такие как неофеодальная сословность в современной России, отражены в работах отечественного исследователя С.Г. Кордонского [Кордонский]. Такие аспекты упомянутой проблематики, как новое варварство, включающие в себя и новое пиратство, и новое негласное крепостное право, и новая торговля людьми, изучает в своих работах социальный философ Н.В. Мотрошилова [Мотрошилова]. Политический аспект неофеодальных отношений, наблюдаемых сегодня повсеместно, представлен в исследованиях Е.М. Шульман. Разумеется, концепция Нового Средневековья – не единственная строящаяся на поиске параллелей с прежними эпохами. Так, например, существуют исследования о «новой архаике» и о «Новом Ренессансе»: глубокие параллели современных социокультурных практик с практиками эпохи Возрождения видел отечественный философ В.В. Бибихин [Бибихин].

И все же, каковы же важнейшие характеристики современного мира, дающие основание делать эту рискованную аналогию с миром Средних веков? Прежде всего, обратим внимание на схожесть исторической ситуации: раннее Средневековье формируется в условиях развала Римской империи. В последние же годы мы можем наблюдать подобный последовательный коллапс двух мировых империй: СССР и, что более актуально, США. Падение СССР исторически явлено, американское ослабление, возможно, менее очевидно. В данном случае можно упомянуть значимые книги канадского философа Джона Ролстона Сола и уже упомянутого американского социолога Иммануила Валлерстайна [Saul, Wallerstein]: их аргументация в отношении стремительного разрушения американского влияния в мире выглядит достаточно убедительно, они фиксируют неизбежный закат американской гегемонии.

В социальной сфере возникает новая иерархичность и уже упомянутое новое варварство, или новый трайбализм. Возникает новый тип крепостничества – но теперь это крепостничество офисное, корпоративное, когда сотрудник крупной корпорации оказывается ненамного более свободным, чем средневековый крепостной. В качестве иллюстративного художественного примера можно привести книги и кинофильмы современного российского писателя Сергея Минаева: офисное «рабство» – его основная тема.

Помимо этого, в исследованиях культурологов отмечается такое явление, как новая идеократия, власть религиозной идеи, вера в идею. После почти трехвекового господства рационалистической модели эпохи Просвещения в западном мире вдруг возникает новая религиозность: это касается не только мусульман, но и православных христиан, и католиков, и протестантов, и последователей разнообразных восточных верований и традиций. При этом достижения компьютерных и биотехнологий, роботизация, проникновение в повседневность разнообразных гаджетов и девайсов актуализируют магический аспект феодальной культуры с ее волшебными предметами. Волшебство, творимое науч-

ным прогрессом, пробуждает в коллективном бессознательном глубоко спрятанное чувство чудесного.

Проявлением неофеодального вектора можно считать и такое обсуждаемое явление, как глокализация – одновременное сосуществование процессов глобализации и локализации, когда, с одной стороны, мир становится все более тесным и единообразным, но, с другой стороны, все большее значение для людей начинают иметь локальные социальные связи и местные интересы.

Следует подчеркнуть урбанистический аспект. Особую роль в Средневековье играли города: до образования национальных государств город – главная единица средневекового общества. Подобно античным полисам власть концентрировалась в городе: достаточно вспомнить Ганзейский союз, Геную, Венецию. Также вспомним, что древнее скандинавское название Руси – Гардарики, «страна городов». Сегодня именно вопросы урбанистики лежат в основе нового регионализма и являются двигателем новой социальной идентичности.

Важнейшим аспектом современной международной жизни, весьма напоминающим раннее Средневековье, становится так называемый кризис мигрантов в Европе. Сопоставление с великим переселением народов середины первого тысячелетия нашей эры является уже общим местом не только в специальной литературе, оно стало расхожей метафорой в средствах массовой информации. Военные действия США, Европы и России на Ближнем Востоке аллегорически увязываются в масс-медиа с крестовыми походами христиан против мусульман в XI-XIII веках. Активно дискутируется феномен «новых вагантов»: есть статистика, в соответствии с которой туристический бизнес уже превосходит по своему объему рынок углеводородов. Туристов в этом смысле вполне можно сравнить с новыми странниками, новыми вагантами.

Для старого Средневековья характерно функционирование надгосударственных и негосударственных субъектов власти. Например, власть Папы или великого магистра духовно-рыцарского ордена могла быть существенно сильнее, нежели власть монарха. Похожую картину мы наблюдаем и сегодня: власть ООН, Европейской комиссии, НАТО может быть серьезнее власти суверенных национальных государств, появившихся как раз в начале Нового времени.

С другой стороны, как полагает современный социальный мыслитель А.И. Неклесса [Неклесса], на наших глазах возникают политические агенты, напоминающие средневековые ордена, которые он называет «амбициозными корпорациями». Как правило, это транснациональные бизнесы, разнообразные политические партии, террористические организации и секты, экологические и правозащитные движения, объединения хакеров, непубличные или нелегальные исследовательские центры и т.п. – иными словами, группы пассионарных людей с харизматическими лидерами, которые, пользуясь всеми возможностями информационно-коммуникационных технологий, осуществляют мощное воздействие на глобальную политику и экономику.

Коль скоро были упомянуты транснациональные корпорации, можно обратить внимание на то, что они, как правило, воспроизводят устройство и прин-

ципы управления средневековых католических орденов. Иллюстрацией орденского корпоративного сознания может служить тот факт, что, к примеру, ценность сотрудника такой корпорации определяется сегодня, главным образом, не столько эффективностью и приносимым доходом, как должно быть в капиталистической системе, сколько личной преданностью своему руководителю и поведением «миссии» компании. Здесь мы наблюдаем проявления средневековой вассальной этики. Необходимость символа веры (mission, vision), соблюдения прописанной в уставе (кодексе) корпоративной этики, участие в корпоративных (рыцарских) турнирах, обязательное наличие девиза (слогана), герба (логотипа) и прочих атрибутов средневековой рыцарской системы свидетельствует, как представляется, не столько об атавизмах исторической памяти, сколько о проявлениях исторической ментальности.

Сфера культуры также показывает немало общности между двумя сопоставляемыми эпохами. Современная массовая культура, как и средневековая, насквозь визуальна. В Средние века население в основном было неграмотным, даже монархи и высшие аристократы могли не уметь читать и писать (исключение составляет древний Новгород, найденные берестяные грамоты показывают высокий уровень грамотности даже самых простых слоев населения). Книжность процветала лишь в монастырях, а сама книга была предметом роскоши. При этом сегодня фиксируется процесс, когда современные люди, будучи, как правило, грамотными, отказываются от чтения книг, гораздо легче и с большим энтузиазмом оперируют визуальными образными системами, предоставляемыми кино, телевидением и компьютерным творчеством.

Эпоха Нового Средневековья заставляет нас увидеть реинкарнацию темной готической эстетики. Наиболее востребованные массовые книги, телесериалы и кинофильмы создаются в жанре фэнтези, своеобразном сказочном Средневековье: это и сюжеты Толкиена, и истории о Гарри Поттере, и «Война престолов», в России – популярные и экранизируемые романы писателя Сергея Лукьяненко. Процветает культура ужасов: например, один из наиболее продаваемых в мире писателей – американец Стивен Кинг, автор глубоко средневековый по духу, чьи фабулы и метафоры строятся на магическом отношении к повседневным бытовым предметам.

В связи с этим имеет смысл напомнить и о влиянии фильмов-катастроф. Известно, что едва ли не центральным элементом средневековой картины мира является ощущение близкого конца света, эсхатологическое сознание. В сегодняшней массовой культуре это чувство несомненно присутствует, поэтому столь популярны такие голливудские блокбастеры, как, например, «Послезавтра», «2012», или сложившийся жанр триллера, рассказывающий о рождении и взрослении юного Антихриста.

В целом, как будто противоречащие друг другу аспекты картины мира, которые мы видим в средневековом человеке, напоминают нам ментальность современных людей, соединяющих невротичную тревожность, мистическое суеверие и рациональную структурированность сознания (как и у схоластов времен

Фомы Аквинского), переживание чувства транзита, неопределенности и растерянности перед будущим.

Какова же функциональная роль современных масс-медиа в неофеодальном мире, если брать на вооружение, или, во всяком случае, иметь в виду эту описательную модель? Принято считать, что у средств массовой информации есть несколько базовых функций: информационная, развлекательная, образовательная и целый ряд других. Однако едва ли не более важной является скрытая, но влиятельная нормативная функция. Масс-медиа устанавливают обязательные нормы поведения и мышления, при этом делают это незаметно, подспудно, почти бессознательно. Они формируют единую коммуникативную среду и общий понятийный язык, который и позволяет этой среде существовать.

Особенно это важно и актуально в ситуации, когда социальные сети и интернет-технологии в целом явно провоцируют снижение доверия к информации как таковой, не привязанной к авторитетному источнику. Когда сегодня обсуждаются такие новые явления и термины, как пост-правда и фейковые новости, речь идет именно о слабости сетевого контента, стремительно теряющего свой вес, значимость, убедительность, достоверность. Как ни странно, увеличение информационно-коммуникационного обмена в социальных медиа не ослабило, а напротив закрепило за масс-медиа нормативный, регулирующий, авторитетный статус, акцентировало медиакратию, духовную и этическую власть масс-медиа. В этом смысле можно сказать, что медиакратия наших дней воспроизводит церковную идеократию Серднневековья.

Очевидно, что масс-медиа – это не просто трансляция знаков и сигналов, в не меньшей степени это еще и конвейер производства смыслов. Общество держится на общении, а общение невозможно без общей системы понятий, без языка общих мест, топосов, общих правил и ценностей в системе координат, которая разделяется теми, кто участвует в обществе-общении. С функциональной, нормативной точки зрения масс-медийная практика в большой степени напоминает церковную, мы отмечаем явное сходство между масс-медиа как сферой производства и трансляции образов и смыслов и, например, средневековой церковной литургией и богословской литературой как средой разработки и распространения образно оформленных идей.

В заключение хочется привести суждение не научное, а художественное. Оно принадлежит поэту Иосифу Бродскому, которому безотносительно теорий о Новом Средневековье нравилось сопоставлять древние и современные феномены¹. В частности, в различных эссе и интервью он повторял один важный для него образ. Нобелевский лауреат говорил, что если в храме понаблюдать за свечами, когда пламя колеблется при легком движении воздуха, то можно увидеть, как золотые нимбы на иконах начинают приходить в движение и действуют гипнотически: это и есть прообраз современного телевидения. Поэтам свойственно

¹ Якович Е. Прогулки с Бродским и так далее. Иосиф Бродский в фильме Алексея Шишова и Елены Якович. Москва: Издательство АСТ: CORPUS, 2017.

использовать неочевидные метафоры, но в этом наблюдении Иосиф Бродский, как представляется, был совершенно прав, уловив и наглядно сформулировав функциональную, этическую и эстетическую общность средневековой церковной практики и современных масс-медиа.

Источники

- Бердяев Н.А.* (2008). Новое средневековье. Размышление о судьбе России и Европы. Москва: Директ-Медиа.
- Библихин В.В.* (1998). Новый Ренессанс. Москва: МАИК Наука, Прогресс-Традиция.
- Блехер Л.И., Любарский Г.Ю.* (2003). Главный русский спор: от западников и славянофилов до глобализма и Нового Средневековья. М: Академический проект, Институт Фонда «Общественное мнение».
- Гуревич А.Я.* (2012). Категории средневековой культуры. Москва: Наука.
- Кордонский С.Г.* (2008). Сословная структура постсоветской России. Москва: Институт Фонда «Общественное мнение».
- Мотрошилова Н.В.* (2010). Цивилизация и варварство в эпоху глобальных кризисов. Москва: ИФРАН.
- Некlessа А.И.* (2005). Люди воздуха, или Кто строит мир? / Клуб «Стратегическая матрица». Москва: Институт экономических стратегий.
- Маркелов К.В., Силкин В.В.* (2016). Информационная аналитика. 2-ое издание: доп. и перераб. Москва: Издательский центр «Наука».
- Новиков-Ланской А.А., Пашутин Л.А.* (2013). Москва в пространстве. Клубные исследования. Москва: AURORA EXPERTUM.
- Эко У.* (2004). Средние века уже наступили // *Иностранная литература*. №4. С. 258-267.
- Saul J.R.* (2009). The collapse of globalism and the reinvention of the world. Toronto: Penguin Canada.
- Shlapentokh V., Woods J.* (2011). Feudal America. Elements of the Middle Ages in Contemporary Society. University Park : Pennsylvania State University Press.
- Wallerstein I.M.* (1999). The End of the World As We Know It: Social Science for the Twenty-first Century. Minneapolis: Univ. of Minnesota Press.
- Wallerstein I.M.* (2003). Immanuel Maurice. Decline of American Power: The U.S. in a Chaotic World. New York: New Press.

■ ■ ■ Mass Media in Socio-Cultural Communication (to the issue of the New Middle Ages)

Andrey A. Novikov-Lanskoy

Abstract. The paper is devoted to the question whether the contemporary communications can be described within the framework of the concept of the New Middle Ages, which has been elaborated by the modern cultural studies with the aim of exploring everyday life and mentality of the global society on the 21st century. It is shown in the article that certain typical medieval socio-cultural communications are reproduced on the new stage. The author of

the paper dwells upon the generic resemblance between the two epochs, singling out more significant factors and traits. As a result of the analysis, the author comes to the conclusion that convincing interpretations of the communicative phenomena of today is possible and can be productive, particularly so when considering the concept of mediacracy, determined by the normative function of contemporary mass media.

Keywords: mass media, mediacracy, Middle Ages, New Middle Ages, socio-cultural communications

For citation: Novikov-Lanskoy A.A. Mass Media in Socio-Cultural Communication (to the issue of the New Middle Ages). *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No. 1. P. 166-173. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-166-173.

Inf. about the author: Andrey Anatolievich Novikov-Lanskoy, Cand. Sc. (Philol.), head of department of political and economical journalism at the Institute of Public Administration and Civil Service, Russian Presidential Academy of National Economy Public Administration (RANEPA). Address: 119571, Moscow, Vernadsky av., 84. E-mail: lansкой@mail.ru.

Received: 17.02.2018. *Accepted:* 21.02.2018.

References

- Berdiayev N.A. (2008). New Middle Ages. Deliberations on the destiny of Russia and Europe. – Moscow: Direkt-Media (In Rus.).
- Bibikhin V.V. (1998). The New Renaissance. Moscow: MAIK Nauka, Progress-Traditsia (In Rus.).
- Blekher L.I., Lyubarsky G. (2003). The Main Russian Argument: from “Westerners” and “Slavophiles” to globalism and the New Middle Ages. Moscow: Institute of the Social opinion foundation (In Rus.).
- Eco U. (1994). The Mediaeval Ages Have Come. *Foreign literature*. No. 4, P. 258-267 (In Rus.).
- Gurevich A. (2012). Categories of Medieval Culture. Moscow: Nauka (In Rus.).
- Kordonsky S.G. (2008). Estate structure in post-Soviet Russia. Moscow: Institute of the Social opinion foundation (In Rus.).
- Motroshilova N.V. (2010). Civilization and Barbarism at the Time of Global Crises. Moscow: IFRAS (In Rus.).
- Neklessa A.I. (2005). People of Airtime, or Who Builds the World? In Strategic matrix club. Moscow: Institute of economic strategies (In Rus.).
- Novikov-Lanskoy A.A., Pashutin L.A. (2013). Moscow in space. Nightlife studies. Moscow: AURORA EXPERTUM (In Rus.).
- Saul J.R. (2009). The collapse of globalism and the reinvention of the world. Toronto: Penguin Canada.
- Shlapentokh V., Woods J. (2011). Feudal America. Elements of the Middle Ages in Contemporary Society. University Park : Pennsylvania State University Press.
- Wallerstein I.M. (1999). The End of the World As We Know It: Social Science for the Twenty-first Century. Minneapolis: Univ. of Minnesota Press.
- Wallerstein I.M. (2003). Immanuel Maurice. Decline of American Power: The U.S. in a Chaotic World. New York: New Press.

ПУБЛИКАЦИИ ЗАРУБЕЖНЫХ АВТОРОВ

CONTRIBUTIONS OF FOREIGN AUTHORS

■ ■ ■ Laws of Form – Laws of Logic (the use of the syllogism in the intellectual-verbal communication)

Leon Conrad

The Academy of Oratory Ltd, London, United Kingdom.

Abstract. This two-part paper builds on previous work by L. Kauffman and J. Mingers [Kauffman; Mingers] arguing that Spencer-Brown's 'calculus of indications' (hereinafter Col) outlined in his book *Laws of Form* [Spencer-Brown] provides a powerful way of notating and validating classical logical syllogisms. Part 1 gives a background to the Col and to classical logic, showing that the Col has clear advantages in terms of speed, clarity, and ease of use in comparison with other forms of notation such as text or Venn diagrams. Part 2 shows how Brownian notation can facilitate working with education via obversion and conversion; and working with sorites, with a note on the implications of Brownian notation for the question of existential import.

Keywords: logic, George Spencer-Brown, calculus of indications, laws of form

For citation: Conrad L. Laws of Form – Laws of Logic (the use of the syllogism in the intellectual-verbal communication). *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No. 1. P. 175-191. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-175-191

Inf. about the author: Leon Conrad, independent researcher, co-founder and lead trainer of The Academy of Oratory Ltd., coach-communications consultant. Address: 202 Grangewood House, Essex, IG10 3TZ. Email: leon@academyoforatory.co.uk.

Received: 28.12.2016. *Accepted:* 20.01.2018.

A foreword by editor-in-chief Felix Sharkov

Syllogism, as a model of deductive reasoning, is widely used in the intellectual-verbal communication. As a way of influencing the consciousness in the process of communication, syllogisms play a justifying role. Syllogisms (for example, in the discourse of Kant) are also worn and are comprehensively-propositional (textual) character and is a composite form of organization of text. In everyday communication people use syllogisms that are not expanded, but reduced, i.e. when one of the assumptions or the conclusion is omitted.

For development and semantic enrichment of communication that is carried out in a syllogistical form, the study of co-founder and lead consultant of the Academy of oratory England Leon Conrad should help the communicants to communicate in any situation to the best of their abilities. His research and practical activity are based on an integrated approach to the Liberal arts, the Laws of by George Spencer-Brown, as well as oral communication. The author has tested previously tested some of the materials and results of this paper in social networks¹.

¹ E.g.: http://www.academia.edu/12103235/Laws_of_Form_Laws_of_Logic

Introduction

In *Laws of Form* (hereinafter *LoF*) [Spencer-Brown] George Spencer-Brown outlines a ‘calculus of indications’ (hereinafter *Col*), derived from a single mark, called a cross. The cross can be applied like brackets in algebra; circles in Venn diagrams; or grids in truth tables or in Lewis diagrams allowing the formation of value-based expressions in minimal form. In *LoF*, Spencer-Brown outlines how the *Col* can be applied to algebra and, in Appendix 2 of *LoF* [Spencer-Brown: 90-108], to logic, showing how 2 valid syllogistic forms, *Bocardo* (OAO-3) and *Baroco* (AOO-2) can be derived from *Barbara* (AAA-1), claiming 24 logically valid syllogistic forms can be derived from the latter. Kauffman has illustrated how this might be done [Kauffman] but his method deliberately excludes universal negative (**E**-form) propositions (e.g. ‘no a is b’), making it difficult (but not impossible) to use his 24 notational forms with syllogisms which include **E**-form propositions. Kauffman’s work was developed by [Mingers], who tested all possible forms that could be derived from *Barbara* using truth tables. He found that 83 forms known to be invalid turned out to be valid.

By revising Spencer-Brown’s notation of **I** and **O** propositions, he successfully reduced this number to 32, showing that 15 of these were notational mirror images of the 15 uncontroversially valid forms of classical logic, with the 2 remaining mirrored forms (AAO-4/OOA-4) remaining unexplained mavericks.

Section 1.1 of part 1 of this paper examines Mingers’ findings, provides a possible explanation for and a means of dealing with the invalid forms, and reevaluates Kauffman’s and Mingers’ work in this light. Section 1.2, which readers who are familiar with the *Col* may wish to start from, demonstrates how Brownian notation can successfully provide simpler, quicker options for notating and working with categorical propositions when used in conjunction with the rules for classical logic. It outlines two quick and reliable methods for validating all 24 valid types of categorical syllogisms, including the 9 syllogisms recognised as being controversially valid in addition to the group of 15 uncontroversially valid syllogisms dealt with by Mingers. Part 2 shows how Brownian notation can facilitate inference in relation to Aristotelian and Boolean views of the logical square of oppositions; eduction via obversion and conversion; and working with sorites.

In order to explore the application of the *Col* to logic, a brief overview of the calculus is given for those unfamiliar with the approach before discussing Kauffman’s and Mingers’ work.

Background to the Col

In *LoF*, Spencer-Brown takes two things as given:

- 1 – The act of distinction;
- 2 – The act of indication [Spencer-Brown: 1]

A circle drawn on a sheet of paper creates a distinction which involves total continence:

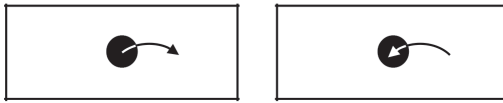


This allows one side of the distinction to be indicated, or marked. Whether the inside or the outside of the border is marked is irrelevant. If 'black' = 'marked' and 'white' = 'unmarked', the following arrangements are possible:

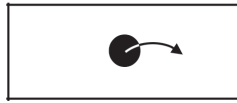


It is more convenient (and it has become conventional) to indicate the inside of the distinction as the marked state. This convention will be followed from here on in this paper. Spencer-Brown uses the following symbol (called 'cross') to indicate the marked state [Spencer-Brown: 3-4]:

The establishment of the marked state makes it possible for crossings to occur from one side of the distinction to the other:



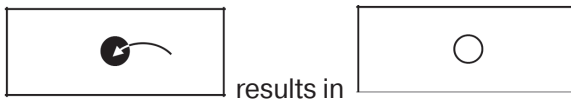
If the crossing is from the marked state to the unmarked state, then a copy (or 'token', to use Spencer-Brown's term) of the marked state is produced, which is equivalent to—or, as Spencer-Brown states, can be confused with—(con-fused = mixed together)—the marked state, thus:



results in  which is equivalent to 

or, in notational form, as an arithmetic initial, $\overline{\square} = \square \square$.

This is like calling, "Leon! Leon!" with reference to one person. However, many times you call the name, the reference is to only one Leon. If the crossing is from the unmarked state to the marked state, then this has the effect of cancelling the cross, thus:



or in notational form, again, as an arithmetic initial, $\square \overline{\square} =$

This is like calling, "Leon!", realising it was a mistake and saying "Oh! I didn't mean that".

The Arithmetic Initials

Spencer-Brown [Spencer-Brown: 4-10]. refers to these acts of crossing thus:

Initial 1.		condense	Initial 2.		cancel
Number	$\lceil \quad \rceil = \lceil \quad \rceil$	$\rightleftharpoons$	Order	$\lceil \lceil \quad \rceil \rceil =$	$\rightleftharpoons$
(I1)		confirm	(I2)		compensate

These starting points can be seen as basic acts of thought. Thinking about something creates an act of distinction and, at the same time, an act of indication. You can't think about something without not thinking about what it isn't, thus *distinguishing* the two. And you can't think about something being without also implying that it isn't not being, thus *indicating* its state of being.

Application to sentential logic

In sentential logic (the logic of sentences), categorical propositions can be formed with logical terms as subjects and predicates in four relationships, arranged by quality (affirmative or negative) and quantity (universal 'all' or particular 'some') using the verb 'to be' as a pure copula resulting in statements one can agree or disagree with. The forms are referenced **A, I, E, O**, from the Latin words **A**ffirmo (I affirm) and **nEgO** (I negate):

A	all <i>a</i> is <i>b</i>	Universal affirmative
I	some <i>a</i> is <i>b</i>	Particular affirmative
E	no <i>a</i> is <i>b</i>	Universal negative
O	some <i>a</i> is not <i>b</i>	Particular negative

Spencer-Brown makes no distinction between 'all a is b' and 'a implies b'. The symbol '⊃' indicates implication: $(a \supset b) = \text{all } a \text{ is } b = \overline{a} \mid b$.

A = all <i>a</i> is <i>b</i> = <i>a</i> implies <i>b</i> = $a \supset b =$	$\overline{a} \mid b$	
I = some <i>a</i> is <i>b</i> = not all <i>a</i> is not <i>b</i> = It is not the case that <i>a</i> implies $\sim b = \sim(a \supset \sim b) =$		$\overline{\overline{a} \mid b}$
E = no <i>a</i> is <i>b</i> = <i>a</i> implies $\sim b = a \supset \sim b =$	$\overline{a} \mid \overline{b}$	
O = some <i>a</i> is not <i>b</i> = not all <i>a</i> is <i>b</i> = It is not the case that <i>a</i> implies $b = \sim(a \supset b) =$		$\overline{\overline{a} \mid b}$

Background to syllogistic logic

In order to explore how Spencer-Brown notates syllogisms using propositions in the above forms, an outline of some of the basic principles of classical syllogistic logic is provided here before examining Spencer-Brown's approach to it.

In classical syllogistic logic, two categorical propositions which share a common term (known as the middle term) are put together to produce a conclusion in the form of a third proposition, jointly forming a syllogism. For example:

All animals are warm-blooded
All monkeys are animals
Therefore all monkeys are warm-blooded
If monkeys = *a*, animals = *b*, and warm-blooded = *c*, the syllogism is:
All *b* are *c*
All *a* are *b*
Therefore all *a* are *c*

There are 4 possible arrangements of the terms *a*, *b* and *c*, known as moods. These are distinguished numerically, as shown in the table below, arranged according to the relative positions of the shared or middle term. The proposition which includes the subject term of the conclusion is called the minor premise. The proposition which includes the predicate terms of the conclusion is called the major premise. The moods are presented in Table 1 as in Joseph [Joseph:135], with the minor premises first.

Table 1. Distribution of terms in the 4 figures of classical logic.

	figure 1		figure 2		figure 3		figure 4	
Minor premise	S	M	S	M	M	S	M	S
Major premise	M	P	P	M	M	P	P	M
Conclusion	S	P	S	P	S	P	S	P
Key: S = subject of conclusion; P = predicate of conclusion; M = middle term.								

In the example given above, the (AAA-1) pattern is known as **BArArA**). The vowels in the traditional names represent, in order of appearance, the major premise, the minor premise, and the conclusion of a syllogism. The number represents the figure which describes the terms' positions within the syllogism. Of the 256 possible combinations of propositions and figures, 24 forms are accepted as valid – 15 of these uncontroversially so.

In the application of the calculus of indications to classical logic, Spencer-Brown puts the minor premise first when notating syllogisms, as do Russell and Whitehead [Russell, Whitehead, Couturat] and Joseph [Joseph]:

All *a* are *b*
All *b* are *c*
Therefore all *a* are *c*

Furthermore, Spencer-Brown uses the following conventions for transcription:

<i>in words</i>	<i>in the sentential calculus</i>	<i>in the primary algebra</i>	<i>in words</i>	<i>in the sentential calculus</i>	<i>in the primary algebra</i>
not <i>a</i>	$\sim a$	$\overline{a}$	<i>a</i> and <i>b</i>	$a \wedge b$	$\overline{a} \mid \overline{b}$
<i>a</i> or <i>b</i>	$a \vee b$	ab	<i>a</i> implies <i>b</i>	$a \supset b$	$\overline{a} \mid b$

Kauffman’s wheel

Kauffman produces his 24 valid syllogisms, which he arranges in a wheel, by following Spencer-Brown’s instructions [1]. He deliberately avoids any reference to **E**-form propositions, which can be seen to be ambiguous:

$$E = \text{no } a \text{ is } b = a \text{ implies } \sim b = a \supset \sim b = \overline{a} \mid \overline{b}$$

Kauffman consistently interprets propositions notated in this format as **A**-form propositions, reading them as ‘all *a* is *not b*’. This means, however, that no syllogisms with **E**-form propositions appear in Kauffman’s wheel, even though they do appear in some syllogisms known to be valid (e.g. *Camestres*, *Cesare*, *Celarent*, etc.).

Mingers has suggested that Kauffman’s 24 valid *Col*-based notational forms are mappable to the 15 uncontroversially valid categorical syllogisms of classical logic. His table is reproduced as Tab. 2 below.

Table 2. The 24 syllogisms obtainable from Barbara according to Mingers [Mingers: 14].

Kauffman Reference	a	b	c	I Barbara	II Bocardo	III Baroco
.1	a	b	c	Barbara	Bocardo	Baroco
.2	not a	b	c	Barbara	Bocardo	Baroco
.3	a	not b	c	Barbara	Bocardo	Baroco
.4	not a	not b	c	Barbara	Bocardo	Baroco
.5	a	b	not c	Celarent Cesare	Disamis Dimatis	Festino
.6	not a	b	not c	Calemes	Bocardo	Fresison
.7	a	not b	not c	Camestres Calemes	Ferison Fresison Festino Ferio	Darii Datisi
.8	not a	not b	not c	Barbara	Baroco	Bocardo

Mingers states that ‘Where more than one is generated in a box they are obtained by permuting the terms within one of the propositions.’ [Mingers: 14] This nevertheless raises some questions – While *Baroco* and *Bocardo* are only valid in figures 2 and 3 respectively, yet the reference numbers in the table heading are reversed. The Roman numerals apply to Kauffman’s transposition patterns, rather than syllogistic forms [Kauffman: 4]. Furthermore, it is unclear how Mingers derives *Calemes* (AEE-4) from Kauffman Reference (hereinafter KR) 1.6, unless the premises are switched and only one crossed variable ($\sim c$) is converted rather than both; nor is it clear why a process of switching premises in notation was performed in the cases of KR 2.8 and KR 3.8 (In the bottom row where *Bocardo* appears in the ‘III Baroco’ column, and *Baroco* in the ‘II Bocardo’ column). As shown in Appendix I, these result in the inverse forms AOA-3 and OAA-2 respectively.

Mingers’ interpretation of Kauffman’s wheel thus merits further examination. In the table above, the syllogistic form given KR 1.3 appears in Kauffman’s wheel as follows:

$$\overline{a} \mid \overline{b} \mid \overline{b} \mid c \mid \overline{a} \mid c$$

and is interpreted by Kauffman as:

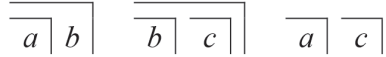
All a are *not* b

All *not* b are c

All a are c

In line with Kauffman, Mingers interprets this as being in *Barbara* form.

The syllogistic form KR 1.5 ('I Barbara' column, row 5 in the table above) appears in Kauffman's wheel as follows:



and is interpreted by Kauffman as:

All a are b

All b are *not* c

All a are *not* c

The conclusion of KR 1.5 (all a are *not* c), its major premise (all b are *not* c) and the minor premise of KR 1.3 (all a are *not* b) are all **A**-type propositions, and are notated consistently by Kauffman. The cross over the premise appears as a result of the process of notation and simplification. In Spencer-Brown's notation, conclusions never appear crossed.

Mingers, however, sees KR 1.5 as EAE-1, changing two **A** forms to **E** forms (by obversion) and interprets it as the syllogism known as *Celarent*.

KR 3.5 is shown differently in Kauffman's wheel and in the subsequent section in his paper. I have taken the version in the wheel which is consistent with the treatment of negated terms across the other modes in his paper.

The questions which arise from Mingers' paper seem to be related to an inconsistency in the treatment of crossed variables, where negation and distribution are confused, leading to substitution of terms and propositions in ways which alter their quality. Mingers' primary interpretation of KR 1.7 as *Camestres* or KR 3.7 as *Darii*, for instance, result from an inconsistent treatment of the middle term, as shown in the table in Appendix I.

In his paper, Mingers noted that when attempting to validate syllogisms using the consequences which arise from the calculus of indications, 83 syllogisms known to be invalid appeared to be valid. He then proposed adjustments to Spencer-Brown's notation, inspired by Zellweger's logical garnet [Mingers: 17; Zellweger]:

A = all a is $b = a$ implies $b = \sim a$ or $b = \overline{a} \mid b$ (not changed)

I = some a is $b = \sim a$ implies $b = a$ or $b = a \mid b$ (changed)

E = no a is $b = a$ implies $\sim b = \sim a$ or $\sim b = \overline{a} \mid \overline{b}$ (not changed)

O = some a is not $b = \sim a$ implies $\sim b = a$ or $\sim b = a \mid \overline{b}$ (changed)

As a result, Mingers found that the number of invalid syllogisms shown to be valid was reduced from 83 to 17. An improvement, but still a concern.

However, it should be noted that Mingers’ proposed notational changes provide an advantage over Spencer-Brown’s original forms in that they provide a clearer, and thus more useful visual indicator of the distribution of terms in categorical propositions, which will be expanded upon below.

Revisiting Spencer-Brown’s assertion

If Kauffman’s approach is taken, but the negated terms are all reinterpreted as positive variables that are crossed and the notation reduced to no more than 3 levels using Mingers’ revised notation, it will be seen that a set of 24 apparently valid forms emerge (see Appendix I, Example 6), as Spencer-Brown claims. Twelve pairs are valid/invalid notational mirror images of 12 of the 15 uncontroversially valid forms of classical logic and the invalid forms can easily be eliminated by applying one of the rules for validity. The resulting table of 24 forms (in which the 12 invalid forms are shown with their valid mirror image forms in italics and brackets) is as shown below in Table 3:

Table 3. 24 Syllogisms derived from Barbara as demonstrated in Appendix I.

Kauffman Reference	a	b	c	I Barbara	II Bocardo	III Baroco
.1	a	b	c	AAA-1 Barbara	OAo-3 Bocardo	AOO-2 Baroco
.2	~a	b	c	AII-1 Darii	EIO-3 Ferison	AEE-2 Camestres
.3	a	~b	c	IEA-1 (<i>Ferio</i>)	OEE-3 (<i>Datisi</i>)	IOI-2 (<i>Cesare</i>)
.4	~a	~b	c	IOI-1 (<i>Celarent</i>)	EOE-3 (<i>Disamis</i>)	IEA-2 (<i>Festino</i>)
.5	a	b	~c	EAE-1 Celarent	IAI-3 Disamis	EIO-2 Festino
.6	~a	b	~c	EIO-1 Ferio	AII-3 Datisi	EAE-2 Cesare
.7	a	~b	~c	OEE-1 (<i>Darii</i>)	IEA-3 (<i>Ferison</i>)	OII-2 (<i>Camestres</i>)
.8	~a	~b	~c	OOO-1 (<i>Barbara</i>)	AOA-3 (<i>Bocardo</i>)	OAA-2 (<i>Baroco</i>)

Examining the relationships of terms in the table above, it can be seen that negating the ‘b’ variable—irrespective of its position in the syllogism or the state of the other variables around it—results in invalid forms, and that the pattern of the mirror image forms is related directly to the inverse relationship between the patterns of negated variables. This makes perfect sense when you consider the role of the predicate term in the minor premise within a syllogism in relation to the question of distribution and validity. If *b* is negated, the minor premise will be negative (**E** or **O**) and the only valid form for the major premise will be an **I** form, and the only conclusion negative (**E** or **O**).

So far, we have generated 12 valid syllogisms and their mirror forms from the *Barbara* syllogism with the figures retained in each column. Spencer-Brown implies that the 24 forms (12 recognised and 12 mirror forms) should be seen as valid, noting that ‘In this *Barbara* prototype, not only can we transpose each complex, we can also independently cross each literal variable, finding, by a combination of these means, a set of 24 distinguishable valid arguments. Formally there is no difference between them. If we

distinguish any, we should distinguish all. In fact not all twenty-four are distinguished in logic, which arrives somewhat arbitrarily at the number fifteen' [Spencer-Brown: 106]. Leaving the validity issue to one side, can the full range of 24 syllogisms recognised as valid, including those in figure 4, be generated from *Barbara* using Brownian notation?

A further 12 forms can be generated by switching propositions in syllogisms, ensuring that terms in the conclusion are also switched. Neither of these moves affects the validity of the syllogism. When, once again, the rules of validity are applied, the forms are reduced to 6 valid forms, 4 of which are duplicates of forms shown in the table above, along with 2 new forms in the fourth figure (*Dimatis* and *Calemes*, shown in bold in Table 4 below):

Table 4. Derivation of syllogisms from Barbara (AAA-1) by switching propositions.

From		To		From		To	
AAA-1	Barbara	AAO-4	x	EAE-1	Celarent	AEE-4	Calemes
OAo-3	Bocardo	AOA-3	x	IAI-3	Disamis	AII-3	<i>Datisi</i>
AOO-2	Baroco	OAA-2	x	EIO-2	Festino	IEA-2	x
AII-1	Darii	IAI-4	Dimatis	EIO-1	Ferio	IEA-4	x
EIO-3	Ferison	IEO-3	x	AII-3	Datisi	IAI-3	<i>Disamis</i>
AEE-2	Camestres	EAE-2	<i>Cesare</i>	EAE-2	<i>Cesare</i>	AEE-2	<i>Camestres</i>

Furthermore, a switching of terms in **E** and **I** propositions in the 11 valid syllogistic forms which contain them which have resulted so far, and adjusting the terms in the conclusion where necessary, adds the remaining fourth-figure syllogism (*Fresison*) as shown in Table 5:

Table 5. Derivation of syllogisms from Barbara by switching terms in E and I propositions.

From		To		From		To	
AII-1	<i>Darii</i>	AII-3	<i>Datisi</i>	EIO-1	<i>Ferio</i>	EIO-4	Fresison
EIO-3	<i>Ferison</i>	EIO-2	<i>Festino</i>	AII-3	<i>Datisi</i>	AII-1	<i>Darii</i>
AEE-2	<i>Camestres</i>	AEE-4	<i>Calemes</i>	EAE-2	<i>Cesare</i>	EAE-1	<i>Celarent</i>
EAE-1	<i>Celarent</i>	EAE-2	<i>Cesare</i>	IAI-4	<i>Dimatis</i>	IAI-3	<i>Disamis</i>
IAI-3	<i>Disamis</i>	IAI-4	<i>Dimatis</i>	AEE-4	<i>Calemes</i>	AEE-2	<i>Camestres</i>
EIO-2	<i>Festino</i>	EIO-3	<i>Ferison</i>	EIO-1	<i>Ferio</i>	EIO-4	Fresison

This demonstrates that all 15 uncontroversially valid classical logical syllogisms can be derived from AAA-1 *Barbara*, which is in line with the spirit, if not the letter, of Spencer-Brown's claim. It is hard to see how the 9, which involve a change of mood in the conclusion, can be generated from it.

In Appendix II, where Spencer-Brown's notation is used, and Appendix III, where Mingers' revised notation is used, the 15 forms can be seen to be equally generated by putting together all combinations of major and minor propositions in all figures, resulting in 64 potential syllogisms. Eliminating sets in which the middle terms appear the same in both propositions reduces these to 32 sets. In the remaining figures, the subject and

predicate terms from the minor and major premises can be paired to form a conclusion in the forms and order in which they appear in their respective propositions. Placing the minor premise first makes it easy to visualise and perform these moves. The moods of the conclusions can be ascertained from their notation, and the syllogisms checked against the rules of logic. This procedure shows that 17 syllogisms violate rules which disallow 2 particular or negative premises, or that disallow affirmative conclusions that result from negative premises, universal ones from particular premises, or a negative conclusion from 2 universal affirmative premises. In Appendix II, the AAO-4/OOA-4 forms which appear as mavericks in Mingers' paper have no notational equivalents and can be dismissed on methodological grounds. They also violate the rules of logic, and can therefore be dismissed on grounds of invalidity.

The advantages Brownian notation has over other forms of notation and validation *in conjunction with* established rules of logic when working with *potentially valid* syllogisms, not least in terms of checking the validity of a figure, will be demonstrated below. **However, it is vital to maintain a distinction between negation and distribution when using Brownian notation.**

How might Brownian notation be used for transcription, validation, inference, and eduction in logic?

Syllogisms can easily be notated in the way Spencer-Brown proposes (as outlined above), while taking advantage of Mingers' simplified notational forms, which provide greater visual clarity with respect to the distribution of terms in categorical propositions. If the variables and crosses in Spencer-Brown's notational forms for **I** and **O** type propositions are read from the top down, and double crosses eliminated using I2, they will be seen to be equivalent to Mingers'. It is therefore worth using Mingers' forms when using Brownian notation for logical purposes as they have the advantage of being more condensed than Spencer-Brown's, and, as will be shown, provide distinct advantages with regards to distribution and validation.

A distributional advantage

A simple way of thinking of distribution in terms of *LoF* is that, in the form, if you're thinking about 'all' of something (the distributed state), then it's as if you're standing outside it and can see it as being completely enclosed within a boundary. If you're thinking about 'some' of something (the undistributed state), then the boundary of the whole is not visible from your vantage point. Thus, in *LoF* notation, the distributed element of a proposition [4, p. 99] takes a boundary cross, giving the following:

- A** = all *a* is *b*: the subject (*a*) is distributed; the predicate (*b*) is undistributed $\overline{a} \mid b$
- I** = some *a* is *b*: the subject (*a*) is undistributed; the predicate (*b*) is undistributed $a \mid b$
- E** = all *a* is not *b*: the subject (*a*) is distributed; the predicate (*b*) is distributed $\overline{a} \mid \overline{b}$
- O** = some *a* is not *b*: the subject (*a*) is undistributed; the predicate (*b*) is distributed $a \mid \overline{b}$

These simpler forms allow moods to be recognized very quickly once familiarity with working with Brownian notation is acquired.

A validation advantage

In practice, the 256 potential syllogistic forms can be reduced to a more manageable 32 with the application of some common sense. As Joseph notes, the four propositional forms (**A**, **E**, **I**, **O**) can be combined to form 16 pairs of premises as shown in Table 6 below [Joseph: 134]:

Table 6. The 16 pairs of propositions which can form the premises of syllogisms.

minor	major	minor	major	minor	major	minor	major
A	A	A	I	A	E	A	O
I	A	I	I	I	E	I	O
E	A	E	I	E	E	E	O
O	A	O	I	O	E	O	O

The rules of classical logic forbid the pairing of two negative propositions. Thus, **EE**, **EO**, **OE**, and **OO** can be eliminated. Three further forms can be eliminated under the rule which forbids the pairing of two particular propositions, eliminating **II**, **IO**, **OI**. Two further rules state that (a) if one premise is negative, the conclusion must be negative, and (b) if the conclusion is negative, the major premise must be universal. In the pairing with minor premise **E** and major premise **I**, because the minor premise is negative, the conclusion must be negative. But the major premise is particular, not universal. Thus this minor/major **EI** pairing can also be eliminated. As shown in Table 7 below [4: 133]:

Table 7. Invalid pairings are eliminated from the group.

minor	major	minor	major	minor	major	minor	major
A	A	A	I	A	E	A	O
I	A	†	†	I	E	†	Θ
E	A	E	†	E	E	E	Θ
O	A	Θ	†	Θ	E	Θ	Θ

No further eliminations can be made. This reduces the number of valid pairings to 8 (**AA**, **AI**, **AE**, **AO**, **IA**, **EA**, **OA**). The 4 figures for each of the 8 pairings results in 32 potentially valid syllogisms as mentioned above.

The following should be noted in relation to the 15 syllogisms of classical logic:

1. Where a universal affirmative (**A**) premise is present, whether major or minor, the conclusion always takes the mood of the second premise:

AAA, AII, AEE, AOO, IAI, EAE, OAO

2. Where a universal negative (**E**) proposition is present along with a particular affirmative (**I**) proposition, the conclusion always takes the mood of a particular negative (**O**) proposition:

EIO

The following should be noted in relation to the 9 controversially valid logical syllogisms:

3. Where two universal premises (**AA**, **AE**) are found (the **EE** form is not valid), the conclusion (the mood of which is established by rule 1) may be adapted from universal to particular 'to avoid a potential fallacy' [Joseph, p. 134]:

AAA to AAI, AEE to AEO, EAE to EAO

This rule differs from the Boolean approach [Copi, Cohen: 235-236]. What remains is to establish whether the particular figure the potentially valid syllogisms appear in renders it as valid or invalid.

The validation process outlined by Meguire [Meguire: 50], which is based on the middle term being shown in two states (marked and unmarked) across both premises seems to be unreliable, as will be demonstrated in relation to four categorical syllogisms AAA-1 to AAA-4, only one of which (AAA-1) is valid.

The syllogisms are shown here without the double cross for conjunction (AND) and implication (IF) over the premises which is cancelled by I2.

Brownian notation can be used for validating the figures of potentially valid syllogistic forms. The approach outlined works consistently across the 32 forms dealt with above, which emerge from the 8 valid pairings, within which groups the 15 uncontroversially valid syllogistic forms appear. Verifying this may prove useful as an exercise for readers wishing to become more familiar with using this approach.

So much for the 15 uncontroversially valid syllogistic forms. What about the nine 'contentious' ones?

Validating the nine 'contentious' syllogisms

For the validation of the nine 'contentious' syllogisms which have universal premises and conclusions adapted from universal to particular, a second approach needs to be taken. Once C1 has been applied, as in the examples above, it is sufficient to apply C2. If this results in an expression which contains a single variable with a double cross over it (as shown in thicker lines below), the syllogism will turn out to be valid. The validation steps for AAI-1 (*Barbari*) (valid) and AAI-2 (invalid) are shown below.

$$\begin{array}{l} \text{AAI-1} \quad \overline{a} \left| \begin{array}{c} \overline{b} \\ a \end{array} \right| \overline{b} \left| \begin{array}{c} \overline{c} \\ b \end{array} \right| \quad a \quad c \quad = (\text{by C2}) \quad \overline{a} \left| \begin{array}{c} \overline{b} \\ a \end{array} \right| \overline{\overline{b}} \left| \begin{array}{c} \overline{c} \\ b \end{array} \right| \quad a \quad c \\ \text{AAI-2} \quad \overline{a} \left| \begin{array}{c} \overline{b} \\ a \end{array} \right| \overline{c} \left| \begin{array}{c} \overline{b} \\ c \end{array} \right| \quad a \quad c \quad \notin \text{C2, C1, C2} = (\text{by J1}) \quad a \quad c \end{array}$$

The second approach should only be used with the nine 'contentious' syllogisms. It does not prove a reliable validation tool for the 15 standard ones.

In reviewing the proposed methodology for establishing the validity of the 15 uncontroversially valid syllogisms subsequent to working out the shorter pathway to validating the 9 controversially valid ones, I noted that the following rule holds for the former group of 15:

If, *having successfully applied C1 and C2* to a syllogism, the middle terms appear crossed differently (singly and doubly), then the syllogism is valid.¹ It is at this point that Meguire's test can be applied consistently, giving a quick and easy way to establish validity across the 32 potentially valid syllogistic forms covered in this paper.² In fact, it will be found that when working with any of the 8 pairings of propositions outlined above (AA, AI, AE, AO, IA, EA, OA, EI), the premises do not need to be crossed, and that both notation and validation processes are further simplified as a result, as the conclusions emerge naturally from the premises. The propositions will need to be crossed for the purposes of validation in the case of syllogisms where the conclusion has been modified, or cannot immediately be seen to have been derived from the propositions, as can be seen from Appendix III.

So far it has been demonstrated that Brownian notation can be used effectively to notate and validate syllogisms; that Mingers' 17 invalid forms can be eliminated if a distinction is maintained between marks and negated variables; and that it is possible to employ an informed, common-sense approach to using Brownian notation when working with categorical syllogisms in classical logic in order to benefit from the modifications proposed by Mingers which provide advantages—admittedly once familiarity with the notation is acquired—over other notational approaches in terms of speed and visualisation. Brownian notation makes it easier to see whether logical terms are distributed or undistributed. If the clear validation methodology outlined above is followed, it will be found to be much quicker, easier, and more intuitive than, say, using Venn diagrams.

Using Venn diagrams and Brownian notation to test the validity of valid and invalid syllogisms: a comparison

Testing the validity of a syllogism in AEE-1 form (invalid) – 2-level notational form:



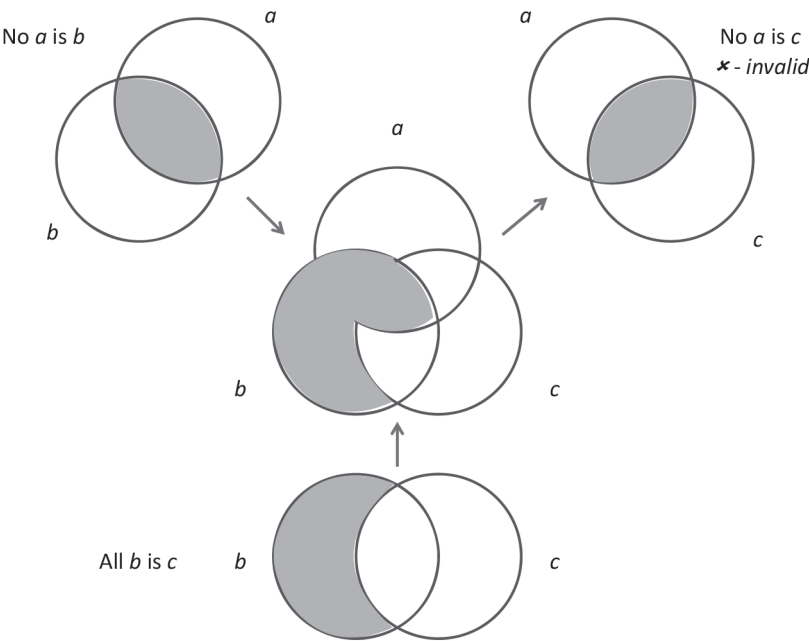
It is evident that the treatment of the middle term in the pair of premises renders the syllogism invalid. There is no point proceeding beyond the notation of the 2 premises.

If validating the syllogism using Venn diagrams:

1. Nine circles would have to be drawn to start with, or a template used.
2. The relationships would have to be mapped, with large segments coloured in or marked as appropriate, with greater margin for error.
3. The conclusion would need to be asserted.

¹ AOO-2 is the only form which may need the procedure to be done twice for this to become immediately apparent visually. Over time, the process may well enable the 'laws of logic' to become more obvious through familiarity with working with the system, ultimately rendering the second move unnecessary.

² It is important that C2 be applied, as this approach to validation does not work if it cannot be, as in the validation of AAA-4, outlined above.



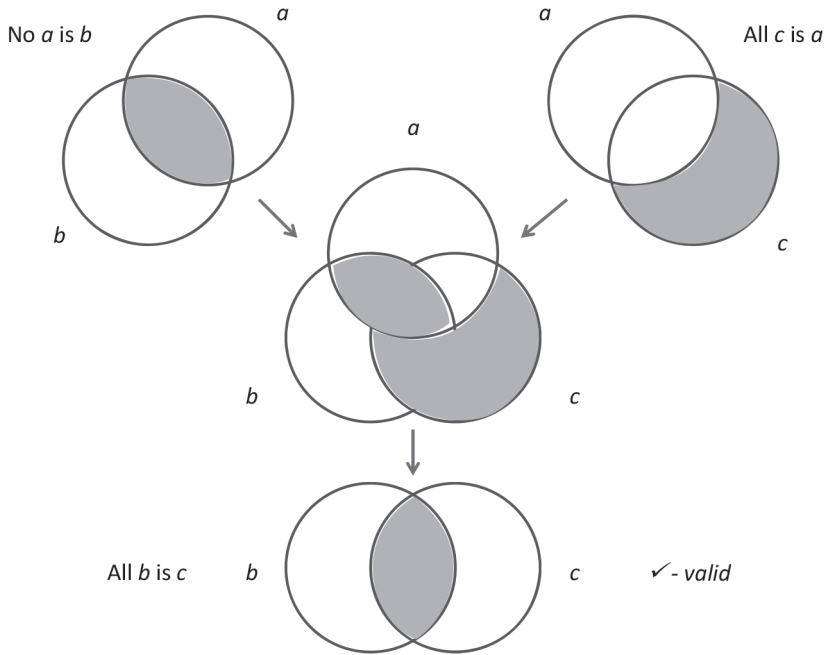
4. The diagram would need to be checked visually to see whether the conclusion appeared from the relationship of the premises.
5. The validity of the syllogism would need to be deduced.
- Testing the validity of a syllogism in AEE-4 form (valid) – 2-level notational form:

$$\overline{a} \mid \overline{b} \mid \overline{c} \mid a \mid b \mid c$$

It is evident that the treatment of the middle term in the pair of premises renders the syllogism potentially valid. Crossing out like terms leaves both a crossed and an uncrossed term, which renders the syllogism valid. The notation is more elegant. The process of testing validity takes a few seconds. Using a Venn diagram for testing takes far longer and is less visually obvious, as parts of the central diagram which are not relevant need to be isolated mentally before the correspondence can be verified, and offers a greater margin for error.

Acknowledgements

I am grateful to Professor George Spencer-Brown for mentoring me through the process of getting to grips with the *CoI* in a regular series of weekly; and to Louis Kauffman and John Mingers for their helpful comments on an early draft of this paper.



References

- Kauffman L. (no date). Syllogisms in Laws of Form. Retrieved from Papers related to Laws of Form and Cybernetics via Kauffman's home page on the University of Illinois at Chicago's website: <https://dl.dropboxusercontent.com/u/11067256/SyllogismNotes.pdf>.
- Mingers J. (2014, January). Can the Laws of Form Represent Syllogisms? Retrieved from Kent Business School: http://www.kent.ac.uk/kbs/documents/res/working-papers/2014/293_2014.pdf
- Spencer-Brown G. (2011). Laws of Form (5th revised ed.). Leipzig: Bohmeier Verlag.
- Joseph S.M. (2002). The Trivium: The Liberal Arts of Logic, Grammar and Rhetoric. Philadelphia: Paul Dry Books.
- Russell B., Whitehead A.N., Couturat L. (1910-1913). Principia Mathematica. Cambridge: The University Press.
- Zellweger S. (1997). Untapped potential in Peirce's iconic notation for the sixteen binary connectives. In N. Hauser, D. Roberts, & J. Evra (Eds.), Studies in the Logic of Charles Peirce. Indiana: Indiana University Press. P. 334-386.
- Copi I.M., Cohen C. (2002). Introduction to Logic (11th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Meguire P. (2010). Boundary Algebra: A Simpler Approach to Boolean Algebra and the Sentential Connectives. Christchurch: University of Canterbury.
- Adler M.J. (1952). Matter. In M. J. Adler, W. Gorman (Eds.), The Great Ideas: A Syntopicon of Great Books of the Western World. Vol. III. Chicago: Encyclopaedia Britannica, Inc. P. 63-70.
- Bricken W. (2005, October). Retrieved from Boundary Institute: <http://iconicmath.com/mypdfs/bl-the-difference.080830.pdf>.
- Carson S. (2000). Aristotle On Existential Import and Nonreferring Subjects. *Synthese*. No. 124 (3). P. 343-360.
- Leibniz G.W. (1989). Philosophical Papers and Letters. Transl. L.E. Loemker. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

■ ■ ■ ЗАКОНЫ ФОРМЫ – ЗАКОНЫ ЛОГИКИ

(применение силлогизма в интеллектуально-речевой коммуникации)

Леон Конрад

Академия ораторского искусства, Лондон, Великобритания.

Аннотация. В статье показывается, что исчисление различий (индикаций) Спенсера-Брауна (ИР) имеет явные преимущества с точки зрения интуитивно более понятной системы записи, которая позволяет ясно визуализировать распределение терминов в пропозициях и силлогизмах; работать с ним легче и быстрее чем, скажем, с диаграммами Венна, диаграммами Кэрролла, или Булевыми системами в ходе записи и проверки силлогизмов.

В части I определяется основа для исчисления различий и для классической логики, показывая, что исчисление различий имеет явные преимущества в плане оперативности, наглядности и простоты использования по сравнению с другими формами записи, такими как текст или диаграммы Венна. В части II раскрывается, как Броуновское обозначение может облегчить работу с выявлением через преобразование; работа с отметкой о последствиях Броуновского обозначения экзистенциального импорта. Показывается, как ИР может облегчить процессы вывода по сравнению с Аристотелевой и Булевой точками зрения на логический квадрат оппозиций; адукции посредством превращения и преобразования; а также работы с соритами.

Ключевые слова: логика, Джордж Спенсер-Браун, исчисление различий (индикаций), законы формы

Для цитирования: Конрад Л. Законы формы – законы логики (применение силлогизма в интеллектуально-речевой коммуникации) // *Коммуникология*. 2018. Том. 6. №1. С. 175-191. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-175-191

Сведения об авторе: Леон Конрад, соучредитель и ведущий консультант Академии ораторского искусства, тренер-консультант по коммуникации. Юридический адрес: Дом 202, Грандевуд, Эссекс, IG10 3TZ. E-mail: leon@academyoforatory.co.uk.

Статья поступила в редакцию: 28.12.2016. *Принята к печати:* 20.01.2018.

Краткое предисловие главного редактора Феликса Шаркова

Силлогизм, который является образцом дедуктивного умозаключения, широко используется в интеллектуально-речевой коммуникации. Как способ воздействия на сознание в процессе осуществления коммуникации, силлогизмы играют аргументирующую роль. Силлогизмы (например, в дискурсе Канта) также носят комплексно-пропозициональный (текстовый) характер и являются композиционной формой организации текстового материала. В повседневном общении

люди используют силлогизмы не в развернутом виде, а сокращенные, где одна из посылок или заключение опускаются.

Для развития и смыслового обогащения коммуникаций, осуществляемых в силлогистической форме, исследование сооснователя и ведущего консультанта Академии ораторского искусства Великобритании Леона Конрада, поможет коммуникантам общаться в любой ситуации наилучшим образом. Его исследовательская и практическая деятельность основаны на комплексном подходе к Либеральным искусствам, Законах формы Джорджа Спенсера-Брауна, а также устной коммуникации. Автор статьи апробировал некоторые материалы результаты приводимого здесь анализа в социальных сетях¹.

¹ Например: http://www.academia.edu/12103235/Laws_of_Form_Laws_of_Logic

■ ■ ■ Interval Probabilities in Juridical Practice and Its Communicative Inputs

Natalia Nikolova¹, Daniela Toneva², Snejana Ivanova³, Kiril Tenekedjiev^{1,3}

1. Australian Maritime College, University of Tasmania, Launceston TAS, Australia.
2. Technical University of Varna, Varna, Bulgaria.
3. Nikola Vaptsarov Maritime Academy, Varna, Bulgaria.

Abstract. The article focuses on the quantitative interpretation of trials, including its communicative inputs. Outlines some of the shortcomings of the process of identifying guilt and verdict. In the analysis of the legal solutions introduced subjective probabilities and some of the information and communication components. While the Bayesian inference is a common method for revision of beliefs, it requires precise prior probabilities and likelihoods, usually assessed in the form of intervals. Therefore this work comments upon procedures to introduce interval probabilities to statistical reasoning that support the analysis of evidence in court trials.

This work highlights the problems of judgment in legal trials and some of the communicative elements that are present here. It emphasizes the possibilities to improve the decision analysis process in trials by adopting subjective probability as a measure of uncertainty about the level of guilt of a defendant judged upon testimonies. Bayesian and other approaches can then serve to adapt beliefs. The key element of the discussion here is the introduction of interval probability estimates and the benefits they bring to legal decision making.

Keywords: legal decision making, classification system, subjective probability, interval probabilities

For citation: Nikolova N., Toneva D., Ivanova S., Tenekedjiev K. Interval Probabilities in Juridical Practice and Its Communicative Inputs. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No. 1. P. 192-198. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-1-192-198.

Inf. about the authors: Natalia Nikolova, Australian Maritime College, University of Tasmania; Daniela Toneva, Technical University of Varna; Snejana Ivanova, Nikola Vaptsarov Maritime Academy; Kiril Tenekedjiev, Nikola Vaptsarov Naval Academy. Address: V. Drumev Str., 9027 Varna, Bulgaria. Corresponding e-mail: kiril.tenekedjiev@utas.edu.au.

Received: 04.02.2018. *Accepted:* 21.02.2018.

Introduction

From a quantitative point of view, criminal court proceedings are a two-level classification system – the court should first decide whether a subject is “guilty” or “not guilty”, and then decide upon the penalty in accordance with active legislation. The second is usually unambiguous and does not provoke any theoretical or practical difficulties. However, the first step usually causes a lot more controversies and attracts

public debate (especially in countries with flawed and inefficient court system). Court proceedings are often quite expensive, inefficient, creating the sense of injustice mostly because of the number of people accused and released on minor or no penalty after having violated the law. The latter is typical for democratic countries in transition. Totalitarian countries experience the opposite process – almost all defendants are found guilty regardless of evidence in favor of their innocence.

I-Court trials from theoretical and practical viewpoint

A court trial has two possible types of errors: 1) the first-type error, which assumes to convict a defendant that is innocent; 2) the second-type error, which is to set free a defendant that is guilty. The presence of such errors stems from the very nature of information used in court trials. The information is often incomplete, contradictory, manipulative and always subjective in its interpretation. *In addition, the communicative process itself makes some distortions.* In the same time the legislator in the face of the parliament postulates a requirement that there should be no first-type error since no innocent man should be given a verdict. That is the basis of a contemporary court 'rule': "It's better to have a hundred guilty defendants free than one non-guilty defendant convicted". That decision making concept has been applied long time ago in ancient Roman civil law, according to which "Everyone charged with a criminal offense shall have the right to be presumed innocent until proven guilty according to the law". Such a presumption implies that any doubt is in favor of the defendant.

Those types of formulations follow the principles of humanism and democracy, but from a mathematical point of view they are absurd as they assume null first-type error. If a two-state classification system is adopted, then each decision rule or politics balances the first-type error on the account of the increase of the second-type error. The legislator's desire to have no innocent defendants convicted is only possible if all guilty defendants are liberated (i.e. maximize the type-two error). Conclusions of that sort diminish the purpose of a court since each trial should end up with an acquittal.

The other extreme is present in the court systems of totalitarian countries, where there are no defendants liberated. In those cases, null second-type error is present and all innocent defendants are convicted. Here the court system once again turns out to be useless and is replaced by the will of the subject of totalitarianism. Obviously, the requirement for lack of errors of any kind is absurd.

The operation of court systems in democratic societies is justified if most guilty defendants are convicted and most innocent defendants are liberated. In order to achieve such quality of performance, judges and the jury must break the law and allow conviction of a small fraction of innocent defendants, since in each court trial there is a slight chance of the defendant being innocent. There is no such evidence, which can rule out all doubts. Judges and the jury face public and political pressure to convict criminals. The court system and its proper operation are crucial for the society, but for this reason judges must break the law. Thus, a judge is a figure that must break the law according to his conscience and in the same time must find the balance between

the law, his conscience, the interests of the society, etc. All this prevents judges from executing the law, and gives rise to making comments or changes according to his opinion. The necessity to violate the law imputes judges' immunity (since it is impossible for a person to be responsible before the law if he is obliged to break it in order to execute his official duties). That in turn leads to lack of control over judges. *There is a great number of real-life cases in favor of how harmful from a social-communicative and economic point of view can a uncontrollable judge be.*

Bulgarian law has a "decision of conscience" assumption, which suggests that the judge is confident in his decision without any doubt. Unfortunately such a requirement is absurd, as strict certainty is an extreme state not present in real-life situations. Every human act is liable to mistakes. If the judge considers the probability of the defendant being guilty to be 99% and the probability of the defendant being innocent to be 1%, then should the defendant be convicted? And what if the probabilities are 99,999% to 0,001%? The decision of conscience requires that probabilities close to 100% to be treated as if they were 100% in order to accommodate judge's conscience, thus the information is additionally twisted through the judge's mind. The US legislation imposes the "beyond reasonable doubt" concept, which determines the verdict on the basis of the judge's character, opinion and spirit. It is necessary then to ask, "How reasonable is a reasonable doubt?"

A different view and its effects

It has been long proposed that the quantification of beliefs should be made in terms of subjective probabilities. They measure the degree of belief of an individual that a random event *A* shall occur.

An important foundation of subjective probability is the De Finetti coherence approach [De Finetti 1974; 1975]. It proves the necessity to represent beliefs in terms of probabilities in order to avoid Dutch books, i.e. schemes of sure losses. The axiomatic approach builds upon this concept and proposes a set of conditions to assure that the beliefs of an individual are rational and consistent [Pratt et al.; Tenekedjiev, Nikolova 2007]. They also allow constructing probability elicitation procedures based on the preferences of the individual. In an ideal world, people elicit unique probability measures for a given event.

Adapting and revising the beliefs of beliefs of an individual in the light of new information is possible using the Bayesian approach. It is based on the Bayes theorem that allows calculating the probability of a hypothesis given a certain fact. It uses prior knowledge about the hypotheses as well as conditional likelihoods regarding the occurrence of the event given each hypothesis. The Bayesian approach has many successful applications and its importance is undisputable. There are some major publications that discuss in much detail the use of the Bayes rule in identifying facts and evidential reasoning in trials [Goldman 1999; Goldman 2002: 237]. These works suggest that if the Bayesian approach is applied to assess evidence, the conclusions made shall be closer to the truth provided the prior probabilities and likelihoods are

accurate and exact. Goldman's statement has been investigated in much detail by Redmayne (2003), who surveys several theories of objective probability, and emphasized their abilities to constrain probabilities by the features of the world (which he claims is impossible for the subjective probability), as well as the difficulties they face in fact-finding in trials.

The main disadvantage of Goldman's statement though is that, as proven in many works since the 60th, subjective quantitative judgments are never precise, but in the form of intervals, and that fact affects probabilities as much as many other measures in decision analysis [Tenekedjiev et al. 2006; Utkin 2007]. The necessity of exact priors and likelihoods as a disadvantage of the Bayesian approach has been outlined in other papers too, as well as the fact that in most practical cases, information about probabilities is never exact [Pan, Klir]. *This is particularly true in criminal trials, where the information is incomplete, ambiguous and twisted through the perception of the witness, and communicative component does not allow to compensate for this disadvantage, and therefore does not allow the judge to be certain of his conclusions based on that data.*

The difficulty of inexact prior and likelihood has led to the development of new concepts, some of them much more complicated than the Bayesian approach. Walley (1991) proposed a complex mathematical approach, called coherent theory of imprecise probabilities, with which he approached the application of imprecise probabilities to statistical inference. Statistical decision analysis based on imprecise and interval probabilities has also been discussed in [Coolen]. Fuzzy rational decision analysis, stemming from interval estimates and bounded rationality of individuals has been discussed in [Tenekedjiev, Nikolova 2007]. The works [White; Snow] discussed methods to describe posterior probabilities when likelihoods and priors are imprecise. An important contribution in that respect is the work of Pan and Klir (1997). The authors derived formulae for exact calculation of interval-values posterior probabilities for given interval-valued priors and precise or interval likelihoods. To summarize, the notion of imprecise probabilities is a new paradigm in statistical analysis, which formalizes human judgment and yet accommodates the cases when individuals are uncertain about their beliefs. All these features make it very appropriate and applicable to the case of judgment and reasoning in trials.

Using adequate methods for revision of belief the court will be in position to work as a normal classification system and judge upon the level of guilt of a defendant in terms of probabilities based on the presented evidence. The legislator must define the prior probabilities and the limits of recognizing guilt for different kinds of offences. In this way, instead of stating that "a defendant that is found guilty of manslaughter is sentenced to imprisonment for 15 to 20 years", the court could rule out that "if the defendant is found guilty of manslaughter up to at least 99% is sentenced to imprisonment for 15 to 20 years". It is true that in this way part of the innocent defendants will also be imprisoned, but probably about 1 in every 200 cases. Such definition of the verdict will assure stochastic character of the law.

The following effects can be achieved:

- The use of interval and imprecise probabilities allows to take into consideration the imprecision of human judgment built upon evidence information in a natural way;
- Court cases will become adequate to life, because “the truth” will be evaluated quantitatively;
- Judges will not face the necessity to violate the law when they execute their official duties. Otherwise the control upon the judges is impossible and this is a serious potential for the development of corruption motives;
- Court decisions will become liable to parliament’s management, and the actions of the parliament will aim at balancing the interests of the society. A similar structure for legal decision making will put legislation in the hands of legislators and they will carry the responsibility, and in the same time the court will be set free of its present political influence;
- The juridical court proceedings will become more rapid and effective.

Till the end of the 18th century a juridical practice in some countries has been applied, according to which the significance of the statements depended on the social status of the witness. As a result, the testimony of a gentleman was considered twice as important as that of a servant. Such a method, though based on reasonable preconditions, has been totally rejected. It was based on the desire to make objective statements that are intrinsically subjective, and has proven to be inadequate.

There are some obstacles before the implementation of the proposed ideas:

- The idea will face significant resistance from many public, political, juridical and economic groups;
- The essence of law is rather humanitarially oriented and therefore specialists in that field are not (or are not willing to be) familiar with mathematics;
- Court trials will need decision analysts to assist the probability assessment process;
- The successful implementation of this idea requires that the society itself has matured enough to embrace this concept;
- The parliament is yet not prepared or not willing to take responsibility of decisions that refer to the fairness and rationality of national legislation;
- There is a conflict of interests, since one of the most powerful lobbies in a parliament is that of juridical bodies.

Conclusion

It would have been best if revealing the objective truth were possible in court. In the course of the trial only the perception of the objective truth can be quantified and not the objective truth itself. This comes to prove that the verdict is strictly subjective, while revealing the objective truth is a false pretension. The dilemma of justice dispense is also observed in medical practice. The Hippocratic oath statement “Do not harm” is well known. Each medicine is in position to harm the patients, but despite of that physicians do not stop prescribing it. This is also a potential violation of the fore-mentioned oath.

The principles that court trials obey are in most countries out-of-date. They only serve the personnel involved in this system: judges, prosecutors, lawyers, and

investigators. It causes more harm to the society than it is reasonable to accept. But all other fields of human life would have performed exactly the same way, had they have neglected the progress of science and knowledge. The improvement and adequacy of the juridical system is to be achieved with mathematical certainty. However, changes should be promoted by the respective public bodies taking the responsibility to prove their significance on a theoretical and practical basis.

Insufficient attention is paid to the quantitative interpretation of trials, including the communicative aspect. Shortcomings remain in the process of finding guilt and making a verdict. In the analysis of legal decisions subjective probabilities are introduced poorly, as well as informative and communicative inputs.

References

- Coolen F. (1994) Bounds for Expected Loss in Bayesian Decision Theory with Imprecise Prior Probabilities. *J. R. Stat. Soc.* Vol. 43. P. 371-379.
- De Finetti B. (1974). *Theory of Probability*. Vol. 1. John Wiley.
- De Finetti B. (1975). *Theory of Probability*. Vol. 2. John Wiley.
- French S., Insua D.R. (2000). *Statistical Decision Theory*. Arnold, London.
- Goldman A. (1999). *Knowledge in a Social World*. Oxford University Press.
- Goldman A. (2002). Quasi-objective Bayesianism and Legal Evidence. *Jurimetrics Journal*. Vol. 42.
- Ivanova S., Nikolova N.D., Tenekedjiev K. (2008). Court trial reasoning with interval probabilities. Seventh International Scientific – Applied Conference “Strategic Trends in Business in 21st Century and the Quality of Higher Education. P. 381-385, 2-4 July, Varna, Bulgaria.
- Pan Y., Klir G. (1997). Bayesian Inference Based on Interval-Valued Prior Distributions and Likelihoods. *Journal of Intelligent and Fuzzy Systems*. Vol. 5. P. 193-203.
- Pratt J.W., Raiffa H., Schlaifer R. (2008). *Introduction to Statistical Decision Theory*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Redmayne M. (2003). Objective Probability and the Assessment of Evidence. *Law, Probability and Risk*. Vol. 2. P. 275-294.
- Snow P. (1991). Improved Posterior Probability Estimates from Prior and Conditional Linear Constraint Systems. *IEEE Trans. Systems, Man and Cybernetics*. Vol. 21. P. 464-469.
- Tenekedjiev K., Nikolova N.D., Toneva D. (2006). Laplace expected utility criterion for ranking fuzzy rational generalized lotteries of I type. *Cybernetics and Information Technologies*. No. 6 (3). P. 93-109.
- Tenekedjiev K., Nikolova N.D. (2007). Decision Theory – Subjectivity, Reality and Fuzzy Rationality. CIELA, Sofia, Bulgaria (In Bulgarian).
- Utkin L.V. (2007). Risk analysis under partial prior information and non-monotone utility functions. *International Journal of Information Technology and Decision Making*. Vol. 6. P. 625-647.
- Walley P. (1991). *Statistical Reasoning with Imprecise Probabilities*. London: Chapman&Hall.
- White C. (1986). A Posterior Representation based on Linear Inequality Descriptions of A Priori and Conditional Probabilities. *IEEE Trans. Systems, Man and Cybernetics*. Vol. 16. P. 570-573.

■ ■ ■ Переменные вероятности в юридической практике и некоторые коммуникативные составляющие

Наталия Николова¹, Даниела Тонева², Снежана Иванова³, Кирилл Тенекеджиев^{1,3}

1. Австралийский морской колледж, Университет Тасмании, Лонсестон TAS Австралия.
2. Технический университет Варны, Варна, Болгария.
3. Морская академия им. Николы Вапцарова, Варна, Болгария.

Аннотация. В статье фокусируется внимание на количественной интерпретации судебных процессов, включая коммуникативный аспект. Излагаются некоторые недостатки процесса выявления вины и вынесения вердикта. В анализ юридических решений вводятся субъективные вероятности и некоторые информационно-коммуникационные составляющие. Хотя байесовский вывод является распространенным методом пересмотра убеждений, он требует точных предварительных возможностей и правдоподобия, обычно оцениваемых в виде промежутков. Поэтому в этой работе рассматриваются процедуры введения промежуточных вероятностей в статистическую оценку, которые помогают при анализе доказательств на судебных процессах.

Работа освещает проблемы судебного разбирательства и некоторые коммуникативные элементы, присутствующие при этом. В ней подчеркиваются возможности улучшения процесса анализа решений в судебных процессах путем принятия субъективной вероятности в качестве меры неопределенности в отношении уровня вины обвиняемого. Байесовские и другие подходы могут служить для адаптации убеждений. Ключевым элементом обсуждения здесь является введение промежуточных оценок вероятности и преимуществ, которые они приносят в принятие юридических решений.

Ключевые слова: юридическое принятие решений, система классификации, субъективная возможность, переменные возможности

Для цитирования: Николова Н., Тонева Д., Иванова С., Тенекеджиев К. Переменные вероятности в юридической практике и некоторые коммуникативные составляющие // Коммуникология. 2018. Том. 6. №1. С. 192-198. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-192-198.

Сведения об авторах: Наталия Николова, Австралийский морской колледж, Университет Тасмании; Даниела Тонева, Технический университет Варны; Снежана Иванова, Морская академия им. Николы Вапцарова; Кирилл Тенекеджиев, Морская академия им. Николы Вапцарова. Адрес: ул. В. Друмева, 9027, г. Варна, Болгария. E-mail: kiril.tenekedjiev@utas.edu.au.

Статья поступила в редакцию: 04.02.2018. *Принята к печати:* 21.02.2018.

Международная академия коммуникологии

Коммуникология. Том 6. № 6. 2017. Communicology (Russia). Vol. 6. No. 6. 2017.

Ссылку на опубликованные в журнале статьи оформлять следующим образом:

а) 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.

б) References in English (example):

Sharkov, F.I., Kireeva O.F. 2013. Communication consulting of Gender relations in the business world. – *Communicology*. 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).

Включен в базы данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ), Всероссийского института научной и технической информации Российской академии наук (ВИНИТИ РАН), EBSCO, ULRICHSWEB, ООО «Ивис».

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: ЗАО «Центр исследований и внедрения инновационных технологий управления организациями «ОПТИМА ПРОЕКТ»» (119019, г. Москва, ул. Волхонка, д. 15, офис 27).

Индекс журнала в каталоге агентства «Роспечать» – 62195

Тираж 700 экз. Цена свободная.

Подписано в печать 12.12.2017 г. Формат 70х100/16

Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 12,25. Заказ №

Отпечатано: Акционерное общество

«Т8 Издательские Технологии»

109316, Москва, Волгоградский проспект, дом 42, корпус 5

Тел.: 8 (499) 322-38-30