

# КОММУНИКОЛОГИЯ

## COMMUNICOLOGY (RUSSIA)

Том 6 № 2 2018  
Vol. 6 No 2 2018



**КОММУНИКОЛОГИЯ**  
**Международный научный журнал**

**DOI 10/21453|2311-3065-2018-6-2**  
**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. № 2, март-апрель 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 Х.** – международный эксперт по корпоративной стратегии и стратегии развития территорий, брендингу и международному продвижению, основатель и глава консультационной компании «Future Places», г. Барселона, Испания.

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

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

**Джафаров Д.** – доктор наук, профессор, ректор Азербайджанского 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 Г.** – PhD (Philos), профессор, декан Философского факультета Университета г. Ниш, Сербия.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Шубрт И.** – 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: 70x100/16, бумага: офсет №1 – 80г/м<sup>2</sup>, тираж 700 экз.

© Оформление, макет, верстка: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>»

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:**

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

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

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

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

**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.

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

**Минаева Л.В.** – доктор филологических наук, заслуженный профессор МГУ им. М.В. Ломоносова, 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.
- Пихоя Р.Г.** – доктор исторических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Института российской истории РАН, г. Москва, Российская Федерация.
- Ромат Е.** – доктор наук государственного управления, профессор кафедры маркетинга и рекламы Киевского национального торгово-экономического университета, президент Союза рекламистов Украины, г. Киев, Украина.
- 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. 2. March-April 2018

Published since 2013

(6 issues per year)

---

**Chief Editor:**

**Felix I. Sharkov** – Dr. Sc. (Soc.), Prof., Head of the Editorial Board, Deputy Dean of Journalism Department, Head of the Public Relations and Media Policy Chair of the Institute of Public Administration and 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. Sc. (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, Ramensky 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. Sc. (Econ.), Prof., Co-Founder of the Baltic International Academy. Latvia, Riga.

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

**Jafar M. Jafarov** – Dr. Sc., 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. Sc. (Soc.), Prof. of the Department of journalism of the Moscow Humanitarian University. Moscow, Russian Federation.

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

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

- Goran Maksimovich** – Ph.D. (Philos.), Prof., Dean of Philosophy Department University of Nis. Nis. Serbia.
- Nizamy M. Mamedov.** Dr. Sc. (Philos.), Prof., Director of the Institute of globalization and sustainable development, Moscow independent ecological-politological University. Moscow, Russian Federation.
- Elena A. Nazarova** – Dr. Sc. (Soc.), Prof. Deputy Head of the Public Relations and Media Policy Chair of the IPAM RANEPА. Moscow, Russian Federation.
- Vladimir D. Popov** – Dr. Sc. (Philos.), Prof. of chair of state and municipal management of International University of nature, society and man. Dubna, Russian Federation.
- Gvynn Powell** – Ph.D. (Pedag.), Professor of the Clemson University. Clemson, USA.
- Aleksandr P. Sadokhin** – Dr. Sc. (Cult.), Prof. of Journalism Department (IPAM RANEPА). 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. Sc. (Pol.), Prof. of the Public Relations and Media Policy Chair (IPAM RANEPА). Moscow, Russian Federation.
- Yuso Tanaka** – Prof. Emeritus Ryukoku University. Ryukoku, Japan.
- Lidiya E. Ukolova** – Dr. Sc., Prof. Head of Department of public relations and mass communications IN the SBI «Moscow aviation Institute». Moscow, Russian Federation.
- Jiri Subrt** – Dr. Sc. (Philos.), Professor, head of chair of history of sociology of the faculty of humanitarian studies of Charles University. Prague, Czech Republic.

***Organizational and management team of the editorial board***

- 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 RANEPА). Dean of the Journalism Department, Deputy Chairman of the Editorial Council of Communicology Journal – Silkin V.V., Dr. Sc. (Pol.), 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. Sc. (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. Sc. (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 RANEPА), Honored Lawyer of the Russian Federation, Full State Adviser of the Russian Federation. Moscow, Russian Federation.

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

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

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

***Editorial Council:***

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

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

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

**Tatiana G. Bogatyreva** – Dr. Sc. (Cult.), professor, expert at the institute 'Higher School of Public Administration', RANEPА, Moscow, Russian Federation.

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

**Aleksandr N. Chumikov** – Dr. Sc. (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. Sc. (Econom.), Prof., General Director of Publishing and Trading Corporation «Dashkov & K». Moscow, Russian Federation.

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

**Vladimir A. Evstafyev** – Dr. Sc. (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. Sc. (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. Sc. (Soc.), Professor, Dean of the Faculty of Sociology, Saratov State University. Saratov, Russian Federation.

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

**Ludmila V. Minaeva** – Dr. Sc. (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. Sc. (Hist.), Prof., Head of National and Federal Relations Department (RANEPА). Moscow, Russian Federation.

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

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

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

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

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

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

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

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

## ■ ■ ■ СОДЕРЖАНИЕ

### ■ Экономическая социология и демография

#### **Попов В.Д., Дроздовский С.В.**

Информационно-коммуникационная составляющая цифровой экономики: проблемы и перспективы развития . . . . . 15

#### **Пак Т.И.**

Классификация факторов продолжительности жизни нетрудоспособного населения в столичном мегаполисе . . . . . 30

#### **Завьялов А.Е.**

Национальное здоровье граждан Российской Федерации в системе социальной коммуникации . . . . . 40

### ■ Социология культуры, духовной жизни

#### **Хайнс Д., Кабахидзе Е.А., Сувилова А.Ю.**

Понимание как основа межкультурной коммуникации: психолингвистические, этносоциокультурные аспекты и образовательные решения . . . . . 52

#### **Гостенина В.И., Качалков А.Ю.**

Коммуникативные практики мигрантов: социокультурные технологии формирования имиджа молодежи . . . . . 60

### ■ Теория и философия политики, история и методология

#### **Новиков А.И.**

Политическая коммуникация в интернете: новое культурное пространство и трансформация практик . . . . . 74

#### **Яшкова Т.А.**

Становление и развитие современного евразийского пространства . . . . . 85

### ■ Политические институты, процессы и технологии

#### **Аникин Л.С., Кошелев А.А.**

Некоторые проблемы эффективности политических PR-коммуникаций в молодежной среде (на примере выборов депутатов в Государственную Думу 2016 г.) . . . . . 95

**Шарков Ф.И., Горохов А.М.**

Применение социальных технологий в исследовании информационных императивов коммуникации (на примере информационного противоборства) ..... 105

**Кириллина Н.В.**

Право на город: репрезентация и воспроизведение данных в городской информационной среде ..... 116

■ Теория и история культуры

**Делокаров К.Х.**

Сциентизация культуры и проблема будущего ..... 125

**Джантеева Д.С.**

Этническая идентичность в политических коммуникациях ..... 133

■ ■ ■ CONTENTS

■ Economic Sociology and Demography

**Popov V.D., Drozdovsky S.V.**

Information and Communication Aspects of the Digital Economy: problems and prospects for development . . . . . 15

**Pak T.I.**

Factors Classification for Life Expectancy of Disabled Population in a Capital City . . . . . 30

**Zavyalov A.E.**

National Health of Citizens of the Russian Federation in the System of Social Communications . . . . . 40

■ Sociology of Culture

**Hynes J.W., Kabakhidze K.L., Suvirova A.Y.**

Understanding as Basis of Intercultural Communication: psycholinguistic, ethnosociocultural aspects and educational solutions. . . . . 52

**Gostenina V.I., Kachalkov A.Y.**

Communicative Practices of Migrants: sociocultural technologies for the youth image formation . . . . . 60

■ Theory and Philosophy of Politics, History and Methodology

**Novikov A.I.**

Political Communication Online: a new cultural space and the transformation of practices . . . . . 74

**Yashkova T.A.**

Formation and Development of Modern Eurasian Space . . . . . 85

■ Political Institutions, Processes and Technologies

**Anikin L.S., Koshelev A.A.**

To the Effectiveness of Political Communication in Youth Environment (on the example of parliamentary poll to the State Duma in 2016) . . . . . 95

**Sharkov F.I.**

Application of Social Technologies in the Study of Information Imperatives of Communication (on the example of information confrontation) . . . . . 105

**Kirillina N.V.**

The Enjoyment of Right to the City: data representation and rendering  
in urban information environment ..... 116

■ Theory and History of Culture

**Delokarov K.H.**

The Scientisation of Culture: risks and challenges ..... 125

**Dzhanteeva J.S.**

Ethnic Identity in Political Communication ..... 133

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ И ДЕМОГРАФИЯ

ECONOMIC SOCIOLOGY AND DEMOGRAPHY

---

## ■ ■ ■ Информационно-коммуникационная составляющая цифровой экономики: проблемы и перспективы развития

**Попов В.Д., Дроздовский С.В.**

Международный университет природы, общества и человека «Дубна», МО, Дубна, Российская федерация.

**Аннотация.** В публикации даются основные понятия «цифровой экономики», раскрываются теоретические основания для ее развития в нашей стране, возникающие при этом проблемы, особенно в сфере общественного сознания и социальной психики и управления электронными и гуманитарными информационными технологиями. Обозначается противоречие между искусственным и человеческим интеллектом. Особое внимание обращается на раскрытие алгоритма информационной теории стоимости в контексте развития инновационного типа экономики.

**Ключевые слова:** транзакции, блокчейн, инновация, информация, цифровая экономика

*Для цитирования:* Попов В.Д., Дроздовский С.В. Информационно-коммуникационная составляющая цифровой экономики: проблемы и перспективы развития // Коммуникология. 2018. Том 6. №2. С. 15-29. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-2-15-29.

*Сведения об авторах:* Владимир Данилович Попов, доктор философских наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, профессор кафедры государственного и муниципального управления Международного университета природы, общества и человека «Дубна»; Сергей Васильевич Дроздовский, аналитик, консультант по инновационному развитию экономики. Адрес: Россия, Дубна, Университетская ул., 19, корп. 1. E-mail: vladanin@mail.ru.

*Статья поступила в редакцию:* 11.01.2018. *Принята к печати:* 28.03.2018.

Экономика всегда развивается по объективным законам функционирования природы и общества, взаимодействия между ними. Новые технологии кардинально меняют систему управления и отношения людей в процессах производства, обмена распределения и потребления. Будь ли это цифровизация управленческих решений, функционирование электронного правительства или осуществление коммуникации с населением. Очевидно, эффективность цифровых сетей и привела к тому, что в информационном пространстве и в правительственных проектах и решениях стала доминировать электронная коммуникация. Цифровые сети позволили активизировать применение информационных технологий развития экономики [Bakardijeva; Coretti, Pica; Gerbaudo; Hodkinson; Kavada; McDonald; Milan].

Доктор экономических наук Н. Кричевский пишет: «Согласно последним исследованиям дальнейшая автоматизация производства (что является вообще-то

одной из целей цифровой экономики) приведет к сокращению рабочих мест общим объемом от 12 до 41%. Получается, что нас может поразить «электронная деградация» перед наступлением искусственного интеллекта!? В соответствии с прогнозом декана факультета МГУ, доктора экономических наук А. Лузана уже к 2020 году потребуется около 40 млн. специалистов высочайшей квалификации. Очевидно речь идет о специалистах по «цифровой экономике». Физик-теоретик с мировым именем С. Хокинг, в книге с 10 млн. тиражом «Краткая история времени» писал: «Развитие полноценного искусственного интеллекта может означать конец человеческой расы».

Электронизация всей человеческой жизни, изобретение цифровых атрибутов, аттракторов, технологий – это реальное наше будущее. Билл Гейтс в книге «Бизнес со скоростью мысли», изданной в России в 2001 году разъяснял, что «экономика будет становится все более электронной, их выгоды будут постоянно возрастать». «Предприятия, которые сумеют вовремя измениться, основанные на повышенной скорости распространения информации» [Гейтс: 413]. По Гейтсу «цифровизация» социально-экономических процессов «не сводится к применению современных информационных технологий как таковых, а требует изменения на этой основе всего образа действий компании... Инвестиции в технологии должны обеспечивать как можно более качественной информацией каждого кто в ней нуждается».

«Процессы использования человеком идеальной информации для преобразования материальной информации (т.е. содержательного, качественного изменения состояния материи – энергии и изменения их распространенности) будем называть материализацией идеальной информации». «Материальное производство содержательно есть изменение микропараметров объектов, данных природой (с целью их адаптации к человеческим потребностям)» [Гейтс: 414]. «Идеальное производство не обходится без материального, данного непосредственно природой или в конечном счете происходящего из неё» [Гейтс: 414-415].

Информационная теория стоимости открывает путь к необходимому пониманию расширенного, постоянно обновляющемуся общественному производству на основе разработки новых теорий, идей, парадигм в экономике. Скажем, опора на развитие таких новых парадигм как: когнитивная экономика, информационная экономика, креативная экономика. На наш взгляд, «цифровая экономика» должна строиться на фундаменте этих парадигм.

Важнейшим условием формирования «электронного будущего» и электронной экономики являются квалифицированные «работники интеллектуального труда – это мозг компании... можно наделить людей полномочиями и возложить на них ответственность, но без информации они будут беспомощны. Знание – главный инструмент управления». В этой связи возникают серьезные вопросы, скажем, почему даже на экономических факультетах (за редким исключением и в нарушение «стандартов» образования) не раскрываются:

– теория «информационизма» и «информациональной экономики» М. Кастельса;

- «информационная экономика» Д. Стиглица;
- «информационная теория стоимости» К.Г. Вальтуха, И.Ф. Трофимова и других;
- «креативная экономика» Д. Хокинса.

Сегодня отечественная экономическая наука практически не рассматривает проблемы «перехода к сетевому капитализму» [Хрыкин], что может рано или поздно привести к кризису в развитии электронной экономики. Этого можно и нужно избежать, например, опираясь на важнейшие концепты В. Рубанова, предопределяющие развитие цифровой экономики [Рубанов].

*Во-первых, «онтология важнее технологии» «создание и применение информационных технологий – это прежде всего гуманитарная проблема», «созданию «цифровых платформ» должно предшествовать создание онтологических платформ и семантических инструментов, задающих структуру формализованного мышления и смыслового и процессов алгоритмической экономики.* Тем самым устанавливается приоритет онтологии над технологиями и необходимость предварительного ответа на вопрос: «зачем»? до решения задач типа «что?» и «как?». То есть требуется философское обоснование необходимости развития «цифровой экономики», её онтологии.

*Во-вторых, в условиях информационной эры «меняется и сам человек».* Полученные знания и созданные им информационные технологии оказывают все более существенное влияние на жизнь общества, сознание и поведение людей, «начинают в нарастающих масштабах влиять не только на объекты и процессы его деятельности, но и на самого человека, его коммуникации и сознание. Происходят изменения всего общественного организма и мировоззрения». Это «является признаком формирования нового технологического уклада». В данном контексте предстоит фундаментально изучить сущность человека вообще и в особенности онтологическую сущность «информационного человека».

*В-третьих, наряду с когнитивной, герменевтической, рефлексивной, немарковской, синергетической, психоаналитической, мотивационной парадигм в исследовании социально-экономических процессов [Попов 2008] выдвигается новая парадигма «развития новой научной дисциплины Data Science (наука о данных; автор – В. Рубанов).* Потребность в исследованиях этой парадигмы обусловлена тем, что «бессистемное накопление неструктурированной, разрозненной и недостоверной информации превращает хранилище данных в их кладбище. Полезными оказываются не любые данные, а лишь достоверные факты, пригодные для аналитической обработки». То есть насколько аналитики располагают истинной, реальной информацией о происходящих процессах, а не виртуальной, вводящей в заблуждение.

Данная парадигма отвечает принципу асимметричной информации Д. Стиглица, алгоритму превращения в общественном производстве «идеальной информации» в «материальную информацию в теории информационной стоимости К. Вальтуха. Отсюда правомерен тезис: цифровая экономика есть по сути информационная экономика. И в зависимости от доминирования объективной информации (где деньги – информация, отделенная от товара, но отражающе-

го его реальную стоимость) формируется реальная информационная экономика. При доминировании же виртуальной, спекулятивной информации формируется «манипулятивная экономика», ведущая к финансовым кризисам. Такая же опасность существует и при развитии «цифровой экономики»

*В-четвертых*, в условиях «доминирования информационных технологий» они «существенно влияют на психологию и поведение людей, на систему общественных отношений и способы социального управления». При этом «качество управления зависит в первую очередь от самого механизма управления. Специалисты по информационной технологии могут подобрать средства и необходимые сведения для совершенствования электронного управления. Ведь «суть цифровой экономики заключается в том, что данные сами представляют ценность». Если сравнить цифровую экономику с живым организмом, то встает вопрос организации его правильного «питания» качественными данными и избавления от «шлаков». И действительно в условиях перепроизводства информации (особенно «шлаков») развивается в обществе «социальная аномия» как ценностная дезориентация и потеря идентичности (А.С. Панарин). С учетом требований «цифровой экономики» следует развивать новый вид управления – информационное управление [Планирование...]. Информационный (включая цифровой) креативный менеджмент и цифровой инновационный маркетинг могут функционировать эффективно лишь на основе знания законов креативной информационной экономики.

Развитие «электронного будущего» требует осознания и стимулирования «электронной нервной системы» [Гейтс] на развитие инновационной экономики. В этом и есть суть и эффект и информационной цифровизации экономики.

Цифровая экономика будет успешно развиваться, если ее строить на концептуальной основе, единстве теории и практики, научных разработках информационной теории. Она, как нам представляется, должна основываться на следующих принципах.

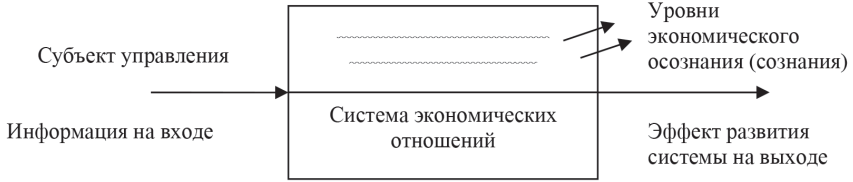
**Во-первых**, цифровая экономика базируется на принципе соответствия экономики сущности человека. т.е. когда «существование предшествует сущности» (Хайдеггер). А если наоборот, то наступит кризис идентичности. В условиях кризиса глобализации и «всемирного хаоса» в сознании элит важно выстраивать экономику на принципе идентичности, включая культурную, духовную, ментальную идентичность, а не на «слепом» заимствовании «западнизма» (если вспомнить работы А. Зиновьева). Управление экономическим развитием должно отвечать сущностным свойствам человека с которыми специалисты знакомы, например, по работам забытого ныне академика В. Бехтерева и его внучки Н. Бехтеревой. Они отмечали, что тайна человека, его действий заложена в мозгу, в структуре психики человека, особенно в области бессознательного. Она определяет мотивацию познания управления и самоуправления.

**Во-вторых**, чтобы избежать хаоса, беспорядка, паники и обеспечить организованное освоение процесса цифровизации экономики, важно опираться на синергетику, как науку (по Хакену, например, исследующему взаимосвязь инфор-

мации с самоорганизацией, самоуправлением). Сегодня появляющиеся новые технологии цифровой экономики (например, создатели «блокчейна») должны работать на этом принципе.

**В-третьих**, развитая, инновационная экономика, включая «цифровую», становится эффективной, если она входит в контекст с вторым законом термодинамики. Например, это можно видеть в концепции И. Пригожина, И. Стингерса, исследующих возможные бифуркационные сценарии перехода от хаоса к порядку [Пригожин, Стингерс].

Представим его в схематическом виде и в контексте управления экономикой.



Система экономических отношений управляется соответствующим субъектом(ами). Экономические отношения прямо влияют на экономическое сознание, а далее воздействует на экономические отношения – экономическое сознание – экономическое поведение.

Состояния системы могут быть разными. *Первый вариант*: создается она как четко упорядоченный, организованный процесс и люди его хорошо осознают, хотя бы на трех уровнях сознания: а) теоретическом; б) специализированном (управленцами, менеджерами, чиновниками; в) массовом. И между этими уровнями происходит взаимообмен. При этом создается пассионарная энергия участвующих в общем процессе людей.

*Второй вариант*: в системе экономических отношений, в управлении и в общественном сознании формируется хаос. Система находится в «диссипативном» (по Пригожину) состоянии, т.е. попросту говоря в рассогласованном виде энергия большинства людей попросту растрачивается.

*Третий вариант*: часть людей в процессе освоения практического опыта в последние годы приобрела еще один способ добывать «легкие деньги», например, криптовалюту и богатеть, находясь еще в плену цинизма и комплекса превосходности над другими, где разум вовсе не интегрируется с совестью. В результате появляется еще один фактор расслоения общества.

**В-четвертых**, научное сопровождение цифровизации экономики управления невозможна без освоения теории и методов определения «информационной стоимости» (К. Вальтух). Важно понять, оценить, применить обозначенный нами ранее тезис: деньги – это информация, но отделенная и отдаленная от товара, который должна бы она выражать. И далее информация, отображающая стоимость, она развивается по своим законам. Порой невозможно узнать, где существует реальная, объективная информация, а где виртуальная, возможно даже ложная.

**В-пятых**, цифровизация должна реализовывать цель развития инновационной экономики. Если новые цифровые технологии не удастся внедрить вовремя и в необходимых контекстах, то едва можно рассчитывать на их эффективность.

Стоимость инновации можно рассчитывать по формуле: за исследуемый период прибыль, полученная при использовании в производстве товара с применением инновации (управления собственностью) минус дисконтированная прибыль, полученная без применения инновации (это числитель), деленные на коэффициент стоимости денег с учетом величины индекса дисконта (знаменатель).

$$C_i \sum_1^n = \frac{P_i - P_{д.т.}}{D}$$

где  $C_i$  – стоимость инновации;

$P_i$  – прибыль, получаемая при применении инновации;

$P_{д.т.}$  – прибыль, получаемая при применении технологии, но без инновации;

$D$  – дисконтная величина (индекс обесценивания денег).

При определении эффективности инновации в реальном секторе экономики следует исходить из следующих условий:

1. Интеллектуальная составляющая инновации должна быть подвергнута научной экспертизе с позиции профильной прикладной науки. Если этого недостаточно, то необходимо обращаться к результатам исследования фундаментальной науки (в первую очередь – информационной теории стоимости).

2. Проведены маркетинговые исследования на весь период управления интеллектуальной собственностью (процессом инновации).

3. Разработан бизнес-план с применением в технологии производства инноваций и построена финансовая модель, отражающая движение финансовых потоков.

4. Сформирована управленческая интеллектуальная команда по управлению инновационным проектом на основе «креативного менеджмента» (Д. Хокинс).

5. Применение наиболее типичных видов инновации: 1) внедрение новой техники новых технологий и новой рыночной модели управления; 2) создание продукции с живыми свойствами; 3) использование нового сырья; 4) изменения в организации производства, использование ресурсов обеспечения инновации; 5) создание новых рынков сбыта для новых товаров [Инновационный...].

### **Зачем нужны «нейросетевые технологии»?**

В интервью газете «Ведомости» (27.06.2015) Герман Греф вполне логично отмечает, что сейчас используются модели управления, которых 50 лет назад действительно не было. Сейчас же элементы системы управления разделили на 1) *hard skills* (технические системы, процессы и навыки с их использованием) и 2) *soft skills* (человеческие – аналитические навыки, включая лидерство, стили управления, корпоративную культуру).

От состояния первой зависит 15% успеха, а вторая обеспечивает 30-70% роста. В нашем измерении это действие двух информационных технологий: 1) ма-

шинной, технической; 2) гуманитарной, связанной с воздействием на сознание [Попов 2016]. Реализуется это к в процессе разрешения противоречий между искусственным и человеческим интеллектом. Может случиться, что эффект от *'hard skills'* может превзойти эффект от *'soft skills'* при насыщении первого нейросетевыми технологиями. В этом и заключается большая опасность.

### **О культуре реальной виртуальности электронной экономики**

Для управления «цифровой экономикой» важно электронные технологии оценивать через призму положения, что «исторически специфичным в новой коммуникационной системе, организованной вокруг электронной интеграции всех видов коммуникации, от типографического до мультисенсорного, является не формирование виртуальной реальности, а строительство реальной виртуальности» (М. Кастельс).

«... Виртуальный – существующий на практике, хотя не строго в данной форме или под данным именем и реальный – фактически существующий». Коммуникационная система создает реальную виртуальность. Она есть «система, в которой сама реальность (т.е. материальное/символическое существование людей) полностью схвачена, полностью погружена в виртуальные образы, а выдуманный мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране через который передается опыт, но сами становятся опытом» [Castells: 256]. Здесь символика, виртуальные образы – это тоже информация. Она может быть свойством материи, а может быть вымыслом, обретающим свой мифический опыт. То есть может быть «виртуальная виртуальность» как постмодернистская реальность.

Приведем пример «реальной виртуальности». Пилот совершенствует свои знания, умения и навыки по управлению самолетом на тренажёре. На экранах и приборах отражается та реальная действительность, с которой он может столкнуться на практике, и он воспринимает воображаемое как действительную среду, существующую в природе, при определенных условиях становящуюся сущностью. Но как в теории, так и на практике существует и «виртуальная реальность». Например, в сказке Г.Х. Андерсона «Голый король». Всё его окружение делает вид, что трудится над новым королевским нарядом: снимают мерки, кроют пустоту, делают вид, что что-то шьют, примеряют, одевают, а король остается голым. И в какой бы среде он ни оказался, всё равно будет голым. Реальная виртуальность в реальном секторе экономики может возникнуть только в том случае, если субъект осознает законы природы и общества, познанные фундаментальной наукой в той области, где ему необходимо решать определенные технологические задачи. Такая виртуальность является информацией в его сознании. Если суть управления (по Г. Атаманчуку) сводится к воздействию информации на сознание, то отсюда зависит его эффективность. Но важно учитывать, что информация имеет атрибутивные свойства (свойства материи, товара) и функциональные, реализуемые в технологиях, в СМИ, в экономических и информационных войнах.

Для того чтобы разобраться, что такое информация в этих процессах, дадим авторскую интерпретацию понятия «сознание» и обратимся к формуле Шеннона о количестве информации. Сознание человека есть не что иное, как восприятие пространственно-временной субстанции бытия, сущности, в соответствии с познанными фундаментальной наукой законами природы или подмеченными человеком в результате практической деятельности. Особенностью мыслительной деятельности человека является то, что он никогда не знает того, что именно он не знает, а что знает, считает вершиной познания мира. Информация тогда становится для него информацией, когда она осознается «мозговым компьютером» в соответствии с познанными фундаментальной наукой законами природы.

В природе не существует неинформационного взаимодействия. В обществе, в социуме существует взаимодействие человека с природой и человека – с человеком, при котором образуется система субъект-объектных субъект-субъектных отношений, развивающихся по определенным законам. Их познание определяет уровень интеллекта и субъектов и объектов. То же самое относится к системе отношений в «цифровой экономике».

Природа есть саморазвивающаяся, саморегулирующаяся на основе информационного взаимодействия система, проходящая из состояния хаоса к порядку и наоборот (по Пригожину). Человек – природное и социальное существо. Древние греки считали, что «сначала был хаос», то есть была некая совокупность явлений и процессов, не отвечающих интересам человека. Поэтому человек создал социальную формацию как систему взаимодействия субъектов в интересах общества, совершенную для того времени настолько, насколько ему позволяли познания о мире того времени. И в результате наступал пусть и относительный, но порядок.

Сегодня так называемые информационные технологии (ИТ) по сути своей – это технологии передачи символов и знаков, шумов и сигналов; как сеть, включающая в себя электронное оборудование и программное обеспечение, коротко – аппаратно-программный комплекс. Этот комплекс может создавать и реальность и виртуальность, и хаос и порядок как в мозгах людей, так и в общественной сфере. Передаваемые посредством этого комплекса сведения можно квалифицировать следующим образом.

1. Ложные сведения – ложная информация. Событие не произошло, но пытаются убедить общество, что это состоялось.

2. Искажённые сведения. Событие произошло, но в информации о событии отсутствует анализ причинно-действенно-следственных связей и желаемое можно выдать за действительное.

3. Неполные сведения – асимметричная информация. Заинтересованное лицо предоставляет только ту информацию по событию, которая отвечает его интересам.

4. Реальные сведения – информация, основанная на законах природы и общества, познанных фундаментальной наукой.

Инновационное развитие реального сектора экономики может рассматриваться как цифровая информационная система включенных в экономический

процесс хозяйствующих субъектов. Для того, чтобы это осознать в государственном масштабе, необходимо обратиться к формуле: масса денег, умноженная на количество денежных оборотов в год, равна средней стоимости товара, умноженной на количество товара. Важно знать закон возвышения потребностей, плюсы и минусы погружения людей в общество потребления, о чем пишет Ж. Бодрийяр в книге «Общество потребления» [Бодрийяр]. Закон спроса и предложения в конечном счете является альфой и омегой и цифровой экономики.

При инновационном развитии посредством вовлечения информации в реальный сектор экономики будет резко возрастать производство товаров потребления лучшего качества, а цена товара из года в год при определенном повышении рентабельности производства будет снижаться. Рассмотрим это явление на одном из фрагментов пока еще имеющей не очень определенную перспективу развития криптовалюты, созданной на основе технологии блокчейн. Если рассмотреть формальные признаки, то внедрение системы блокчейн, установка определенных платформ и введение национальной криптовалюты исключит необходимость использования сторонних организаций (посредников) при продвижении товара до конечного потребителя. А это дополнительно снижает стоимость товара. Всё это, как утверждают майнеры, приведёт в дефляции и укреплению национальной валюты. Криптовалюта как и любые денежные знаки, цифры – это символы. Встает вопрос: насколько информация о криптовалюте будет идеальной – в смысле реальной, а не виртуальной? И еще: насколько информационные технологии – блокчейн обеспечивают, способны обеспечить реальное материальное общественное производство? То есть превращение идеи идеальной информации в реальную, в интеллектуальный капитал, а затем в капитал производственный, товарный. Для этого важно эффективное управление интеллектуальной собственностью, которое у нас слабо развито.

Новизна информационной теории стоимости состоит, на наш взгляд, в том, что идеальному производству отдается примат, оно, как процесс выработки новых идей, по Вальтуху, является его первой формой. Оно расширяет «понятие реального мира» и охватывает все общественное производство. Это не классический примат производственных отношений, а доминанты творчества, инновационных идей, вносящих прогресс в отношения производства, обмена, распределения и потребления товаров и услуг.

В рассматриваемом случае информационная стоимость не оторвана от трудовой стоимости товара. «Если принять такой взгляд на производство, – пишет К. Вальтух, – то информация, воплощенная в его продуктах, определяется по удельному весу возникшей таким способом формы материи – энергии в природной системе, а все особенности производства сводятся лишь к трактовке добавочной информации: ее величина определяется так же, как для чисто природных процессов, но рассматривается как созданная трудом, – вменяется трудом» [Castells: 136]. При этом нельзя игнорировать и утверждения, что информация обладает психоэнергией, пассионарным зарядом, согласно науке – информационной психофизике [Попов 2014]. То есть является «способом фор-

мы материи – энергии», проявляющаяся и в экономике согласно второму закону термодинамики.

Для понимания идеи рассмотрения информации как некоей энергетической единицы, вернемся к рассмотрению коммуникационной парадигмы блокчейна, обоснованной профессором Ф.И. Шарковым [Шарков, Попов]. Кратко её суть заключается в поиске в «коммуникационном хаосе» минимально возможной электронной информационной единицы, которая среди огромнейшего числа себе подобных единиц находит ту самую, которая «цепляется с предыдущей и дает возможность в последующем присоединить следующий элемент.

В практической микроэлектронике это цепочка электронных блоков, с помощью которых осуществляются прямые транзакции (взаимные расчеты) между фирмами, предприятиями минуя банки. И в этом их достоинство. Для развития блокчейна как базовой технологии для функционирования защищенной от спекуляции криптовалюты требуется создание электронной инфраструктуры. В блокчейне можно разместить совершенно любую информацию. Это мощная электронная и дорогостоящая инфраструктура цифровых технологий.

Если блокчейн – фундамент саморазвивающейся и саморегулирующейся электронной системы, то от установки в ней определенных платформ, обеспечивающих прямое взаимодействие хозяйствующих субъектов, исходя из условий юрисдикции: права – обязанность – ответственность будет зависеть эффективность социально-экономического развития общества. При этом система блокчейн должна отвечать следующим методологическим принципам.

1. Познание субъектом управления окружающего мира в соответствии с открытой фундаментальной наукой законами природы и общества, где человек – часть природы.

2. Возможность взаимодействия субъекта с любым другим субъектом с помощью обмена информацией без каких-либо посредников и ограничений, но в рамках юрисдикции государства.

3. Динамическое инновационное развитие любого субъекта и объекта в экономике, системы управления интеллектуальной собственностью.

4. Функционирование и развитие любого субъекта при взаимодействии с окружающей средой при примате внутренних закономерностей субъекта (его саморазвития) над внешними. Или по синергетике – примат внутренней флуктуации, саморазвития, самоорганизации над флуктуацией внешней.

5. Детерминация деятельности субъекта управления механизмами саморазвивающейся и саморегулирующейся системы в целях достижения идентичности между субъективными и объективными этого процесса.

Современное суверенное государство имеет шесть признаков государственности: народ, власть (законодательная, исполнительная, судебная), территория, граница, армия, валюта. Лишившись одного из признаков суверенности, оно становится либо сателлитом другого государства, либо колонией, либо территория отходит к другому государству. Представим себе такую ситуацию. Какое-то государство «накрыло» мировую экономику примерно на 80% своей валютой, то

есть порядка 80% транзакций в мире совершается в валюте этого государства, и вся мировая статистика выражается в этой валюте. В этой стране будет самый высокий уровень ВВП на душу населения. Происходят эпохальные изменения в социально-экономическом укладе (правильно было бы говорить «в экономико-социальном», так как экономика первична). Что будет предпринимать это государство? Естественно, будет создавать условия для вовлечения в свою экономику информации в любых её формах: природных ресурсах, «мозгах», интеллектуальной собственности, инновационных технологиях, квалифицированной рабочей силе – для того, чтобы увеличить вложение инновационной информации в производимую национальной экономикой продукцию, сделать её более конкурентоспособной на мировом рынке и от реализации своей продукции получить дополнительную информацию в виде денег.

В основе формирования информационного сознания стоит познание законов производства, распространения и потребления информации, механизмов развития коммуникативно-информационных отношений как новой парадигмы общественных отношений. На практике для этого важен союз власти, массмедиа и народа на основе овладения новой наукой – социальной информатиологией [Попов 2007].

Верификационное измерение по представленной формуле всех этапов информационного оценки товаров может производиться методом социологии и психологии на каждом из этапов посредством замера уровня информированности и знания.

Данный подход может служить способом замера уровня производительности труда, производимых затрат, расчета получаемой прибыли, скажем, в той же сфере ЖКХ. Особое значение такой подход имеет при эмпирическом замере уровня квалификации кадров, уровня «культуры управления в информационном обществе», где важное значение имеет информационно-семиотический подход, описывающий процессы знаками, цифрами, артефактами, символами [Попов 2014].

Для стратегического и тактического управления цифровой экономики, для создания соответствующего проекта необходимо, на наш взгляд, осуществить следующие действия:

- создать рабочую группу по разработке концепции проекта из ученых, представляющих единство естественных и гуманитарных наук, особенно из состава философов, психологов, социологов, лингвистов, генетиков, психоаналитиков и т.д., разработчиков в области коммуникологии, коммуникативистики, социальной информатиологии, информационной психофизики. Словом, создать коллектив по осуществлению системного подхода к решению проблемы;
- на основе концепции, разработать программу как систему прикладных, практических направлений по достижению поставленных в концепции целей;
- создать приоритет за действием механизмов по вовлечению интеллектуальной собственности в экономический оборот национальной экономики. Какая страна быстрее это сделает – та и получит наибольший приток к себе криптовалюты;

– параллельно осуществить систему мер по повышению интеллекта правящей элиты и нации в области познания законов информационного общества, информационной экономики, информационной теории стоимости;

– ввести в университетах страны преподавание научной дисциплины Data Science (науки о данных).

Академик РАН С. Глазьев выделил шесть технологических укладов. Сейчас происходит переход с пятого (с доминированием микроэлектроники, компьютеров) на шестой технологический уклад (с доминированием ядерной энергетики). По его мнению «в настоящее время шестой технологический уклад выходит из эмбриальной фазы развития... общий вес его в структуре современной экономики быстро увеличивается». Ключевыми факторами роста выступают НАНО-технологии, БИО-технологии, ИКТ – информационно-коммуникативные технологии. Их развитие способно увеличить рост экономики от 30-70% в год.

Шестой технологический уклад по сути представляет собой информационную фазу развития экономики и общества и даже личности. Обратим внимание на тезис С. Глазьева: «Становится возможной постановка задач перестройки человеческого организма для качественного увеличения естественных способностей». Как это может происходить? За счет развития искусственного интеллекта? При этом очевидно его развитие должно опираться на законы, тенденции, тренды развития информационного общества а также на механизмы взаимодействия человеческого интеллекта (естественного интеллекта) с искусственным в целях гармонизации реальной и виртуальной информации в процессе управления цифровой экономикой.

Авторы информационной теории в разделе «Общественное производство» пишут: «В природе процессы информационного обогащения (как и информационной деградации) систем идут спонтанно. На определенной ступени эти процессы породили живые организмы, развитие которых, далее, привело к возникновению человека – животного, сознательно (целенаправленно) осуществляющего информационное обогащение природы. Общественное производство и определяется как сознательно осуществляемое человеком увеличение информационного богатства реального мира» [Информационная теория...: 5].

Подметим, что здесь общественное производство – это сознательно осуществляемое информационное обогащение природы и реального мира человека. То есть это процесс управления. Во-вторых, это процесс увеличения информационного богатства. Встает вопрос: что это за богатство? Ясно, что необходим процесс обогащения, а не деградации. Но как это осуществить в условиях развития цифровой экономики?

Ученые дают ответ. Они рассматривают процесс «тиражирования идеальной информации», т.е. «тиражирование свойств об объекте», выраженных в представлениях, понятиях... Тиражирование описания некоторого явления, знания его законов и т.п. не требует, чтобы распространялось само явление, – не означает распространение знания о нем» [Информационная теория...: 8].

Далее важно понять механизмы образования в единстве идеального и материального общественного производства. Его объективность – залог успеха в развитии экономики. Общественное производство «включает две основные сферы: идеальное производство, материальное производство. Идеальное производство образует исходную сферу: производство начинается с познания свойств реального мира, фиксации, хранения и тиражирования этого знания в символах» [Информационная теория...: 9].

## Источники

- Гейтс Б. (2001). Бизнес со скоростью мысли. 2-е изд. Москва.
- Инновационный тип развития экономики (2008). Учебник. Под общ.ред. д.э.н., проф. А.Н. Фоломьева. 2-е изд. Москва.
- Информационная теория стоимости и системные экономические оценки природных ресурсов (1999) / К.К. Вальтух, А.П. Кривенко, Ю.С. Равкин и др. / отв. ред. К.К. Вальтух. Новосибирск: СО РАН.
- Луман Н. (2005). Реальность массмедиа. М.: Праксис.
- Маклюэн М. (2003). Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле.
- О стратегии развития экономики России (2017). Научный доклад / ред. С. Глазьева. М.: Национальный институт развития.
- Попов В.Д. (2014). Информационная психофизика и управление экономикой. Тверь: Волга.
- Попов В.Д. (2016). Информационные технологии в управлении: гуманитарный дискурс. Москва.
- Попов В.Д. (2008). Парадигмы исследования информационных процессов. Москва.
- Попов В.Д. (2007). Социальная информатиология и журналистика. Москва.
- Пригожин И., Стингерс И. (2000). Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. Москва.
- Рубанов А.А. (2017). Цифра хаоса не приемлет. Сценарии.
- Хрыкин А.А. (2012). Сетевые коммуникации: потенциал влияния. Социум и власть. № 1.
- Чугров С.В. (2017). Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // *Полис. Политические исследования*. № 2. С. 42-59. DOI: doi.org/10.17976/jpps/2017.02.04.
- Шарков Ф.И. (2016). Визуализация политического медиапространства // *Полис. Политические исследования*. № 5. С. 97-107. DOI: doi.org/10.17976/jpps/2016.05.08.
- Шарков Ф.И., Попов В.Д. (2018). Блокчейн. Трансформация современного медиапространства на основе конвергенции СМИ // XXII Всероссийская конференция заведующих кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью и смежных направлений подготовки. Москва.
- Bakardijeva M. (2015). Do Clouds Have Politics? Collective Actors in Social Media Land. *Information, Communication & Society*. Vol. 18. No. 8. P.983-990. DOI: doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043320.
- Castells M. (2010). *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. I: The Rise of the Network Society. 2<sup>nd</sup> ed. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Coretti L., Pica D. (2015). The Rise and Fall of Collective Identity in Networked Movements: communication Protocols, Facebook, and Anti-Berlusconi Protest. *Information, Communication & Society*. Vol. 18. No.8. P. 951-967. DOI: dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043317.
- Gerbaudo P. (2015). Protest Avatars as Memetic Signifiers: Political Profile Pictures and the Construction of Collective Identity on Social Media in the 2011 Protest Wave. *Information,*

*Communication & Society*. Vol. 18. No.8. P. 916-929. DOI: [dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043316](http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043316).

Halpern S. (2017). How He Used Facebook to Win. *The New York Review of Books* [el. source]: <http://www.nybooks.com/contributors/sue-m-halpern/> (accessed 18.06.2017).

Hodkinson P. (2011). *Media, Culture and Society*. L.: Sage.

Kavada A. (2015). Creating the Collective: Social Media, the Occupy Movement and Its Constitution as a Collective Actor. *Information, Communication & Society*. Vol.18. No. 8. P. 872-887. DOI: [dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043318](http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043318).

McDonald K. (2015). From Indymedia to Anonymous: Rethinking Action and Identity in Digital Cultures. *Information, Communication & Society*. Vol. 18. No. 8. P. 968-982. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1039561>.

Milan S. (2015). From Social Movements to Cloud Protesting: the Evolution of Collective Identity. *Information, Communication & Society*. Vol. 18. No. 8. P. 887-900. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043135>.

Stults R. (1986). *Media Space*. Xerox PARC.

## ■ ■ ■ Information and Communication Aspects of the Digital Economy: problems and prospects for development

### Vladimir D. Popov, Sergey V. Drozdovsky

Dubna University, Dubna, Russia.

**Abstract.** The paper represents the basic concepts of the digital economy, reveals the theoretical grounds for its development in Russia, and determines the resulting problems including those related to public consciousness, social psyche, and the management of electronic and human information technologies. The authors emphasize the contradiction between artificial and human intelligence. Particular attention is drawn to the disclosure of the information value theory algorithm in the context of the development of the innovative economy.

**Keywords:** transactions, blockchain, innovation, information, digital economy

*For citation:* Popov V.D., Drozdovsky S.V. Information and Communication Aspects of the Digital Economy: problems and prospects for development. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.2. P. 15-29. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-2-15-29.

*Inf. about the authors:* Vladimir Danilovich Popov, Dr. Sc. (Philos.), professor, honored worker of science of the Russian Federation, professor at the department of state and municipal management of Dubna University; Sergey Vasilievich Drozdovsky, analyst, consultant on innovative development of the economy. Address: 141982, Moskovskaya oblast', Dubna, Universitetskaya st., 19/1. E-mail: [vladanin@mail.ru](mailto:vladanin@mail.ru).

*Received:* 11.01.2018. *Accepted:* 28.03.2018.

## References

Bakardijeva M. (2015). Do Clouds Have Politics? Collective Actors in Social Media Land. *Information, Communication & Society*. Vol. 18. No. 8. P.983-990. DOI: [doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043320](http://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043320).

- Castells M. (2010). The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I: The Rise of the Network Society. 2<sup>nd</sup> ed. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Chugrov S.V. (2017). Post-truth: the transformation of political reality or the self-destruction of liberal democracy? *Polis. Political studies*. No. 2. P. 42-59. DOI: doi.org/10.17976/jpps/2017.02.04 (In Rus.).
- Coretti L., Pica D. (2015). The Rise and Fall of Collective Identity in Networked Movements: communication Protocols, Facebook, and Anti-Berlusconi Protest. *Information, Communication & Society*. Vol. 18. No.8. P. 951-967. DOI: dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043317.
- Gates B., Hemingway C. (2001). Business at the Speed of Thought. 2<sup>nd</sup> ed. Moscow (In Rus.).
- Gerbaudo P. (2015). Protest Avatars as Memetic Signifiers: Political Profile Pictures and the Construction of Collective Identity on Social Media in the 2011 Protest Wave. *Information, Communication & Society*. Vol. 18. No.8. P. 916-929. DOI: dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043316.
- Halpern S. (2017). How He Used Facebook to Win. *The New York Review of Books* [el. source]: <http://www.nybooks.com/contributors/sue-m-halpern/> (accessed 18.06.2017).
- Hodkinson P. (2011). Media, Culture and Society. L.: Sage.
- Information Value Theory and System Economic Estimates of Natural Resources (1999). Ed. K.K. Walther. Novosibirsk: SB RAS (In Rus.).
- Innovative Economic Development (2008). Textbook. Ed. prof. A.N. Folomeeva. 2<sup>nd</sup> ed. Moscow (In Rus.).
- Kavada A. (2015). Creating the Collective: Social Media, the Occupy Movement and Its Constitution as a Collective Actor. *Information, Communication & Society*. Vol. 18. No. 8. P. 872-887. DOI: dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043318.
- Khrykin A.A. (2012). Network communications: the potential for influence. Social life and power. No. 1 (In Rus.).
- Luhman N. (2005). The Reality of the Mass Media. Moscow: Praxis (In Rus.).
- McDonald K. (2015). From Indymedia to Anonymous: Rethinking Action and Identity in Digital Cultures. *Information, Communication & Society*. Vol. 18. No. 8. P. 968-982. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1039561>.
- McLuhan M. (2003). Understanding Media: the extensions of man. Moscow; Zhukovskiy: CANON-press-C, Kuchkovo pole (In Rus.).
- Milan S. (2015). From Social Movements to Cloud Protesting: the Evolution of Collective Identity. *Information, Communication & Society*. Vol. 18. No. 8. P. 887-900. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043135>.
- On the Strategy for the Development of the Russian Economy (2017). Scientific report / ed. S. Glazyev. M.: National Institute of Development (In Rus.).
- Popov V.D. (2007). Social Informatics and Journalism. Moscow (In Rus.).
- Popov V.D. (2008). Paradigms of research of information processes. Moscow (In Rus.).
- Popov V.D. (2014). Information psychophysics and economic management. Tver: Volga (In Rus.).
- Popov V.D. (2016). Information technologies in management: humanitarian discourse. Moscow (In Rus.).
- Prigozhin I., Stinger I. (2000). Order out of chaos. A new dialogue of man and nature. Moscow (In Rus.).
- Rubanov A.A. (2017). The digit does not accept chaos. Scenarios (In Rus.).
- Sharkov F.I. (2016). Visualization of political media space. *Polis. Political studies*. No. 5. P. 97-107. DOI: doi.org/10.17976/jpps/2016.05.08 (In Rus.).
- Sharkov F.I., Popov V.D. (2018). Blockchain. Transformation of modern media space on the basis of media convergence. In: XXII All-Russian conference of heads of the departments of marketing, advertising, public relations and related areas of training. Moscow (In Rus.).
- Stults R. (1986). Media Space. Xerox PARC.

## ■ ■ ■ Классификация факторов продолжительности жизни нетрудоспособного населения в столичном мегаполисе

**Пак Т.И.**

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация.

**Аннотация.** В статье рассматриваются проблемы продолжительности жизни нетрудоспособного населения в столичном мегаполисе (г. Москва).

Анализируются: сущность понятия, научные подходы и их особенности к исследованию продолжительности жизни.

Рассматривая сущность понятия «фактор», систематизируются виды факторов с позиции социологического подхода, предлагается их типология, показатели измерения, приводятся конкретные данные о характеристике проявления ряда объективных факторов в создании определенной социальной ситуации, среды обитания и условий жизни нетрудоспособного населения. В структуре нетрудоспособного населения рассматриваются две социальные группы: пенсионеры и инвалиды. Основное внимание уделяется анализу и типологии объективных факторов.

**Ключевые слова:** продолжительность жизни, нетрудоспособное население, столичный мегаполис, социологический подход, фактор объективный, фактор субъективный, гендерная структура

*Сведения об авторе:* Татьяна Иннокентьевна Пак, аспирант департамента социологии, истории и философии Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Адрес: 125993, г. Москва, Ленинградский проспект, 49. E-mail: tatianapak@yandex.ru.

*Для цитирования:* Пак Т.И. Классификация факторов продолжительности жизни нетрудоспособного населения в столичном мегаполисе // Коммуникология. 2018. Том 6. №2. С. 30-39. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-2-30-39.

*Статья поступила в редакцию:* 08.04.2018. *Принята к печати:* 18.04.2018.

### **От «шоковой экономики» к «демографической яме»**

В российском обществе среди многочисленных нерешенных пока в желаемой мере социальных проблем особое место занимает проблема продолжительности жизни населения. Переход к рыночной экономике, финансово-экономические кризисы резко ухудшили социальные условия жизни и негативно отразились на продолжительности жизни россиян. «Шоковые» рыночные преобразования 90-х годов резко снизили продолжительность жизни и фактически довели страну до демографической ямы, в результате которой средняя продолжительность

жизни мужчин упала до 58,1 (то есть фактически до «недоживаемости» мужчин до пенсионного возраста), продолжительность жизни женщин снизилась до 71,5 лет. Низкая продолжительность жизни была вызвана высокой смертностью<sup>1</sup>. В итоге в России средняя продолжительность жизни составила к концу 90-х годов всего 64,5 года. В «Майских указах» Президента (2012 г.) была поставлена задача разработки государственной стратегии по увеличению продолжительности жизни в РФ, для чего принята «Концепция демографической политики РФ на период до 2015 года», пролонгированная Правительством до 2025 года [Рыбаковский: 102]. Благодаря предпринятым в 2000-х годах государственным мерам, удалось значительно улучшить демографическую ситуацию. В результате продолжительность жизни поднялась по сравнению с 1998 годом и возросла у мужчин с 58,1 до 67,5 лет (в 2017), а у женщин с 72,4 (в 1998) до 77,4 [Демографическая...: 622].

Сложившаяся *проблемная ситуация* заключается в ряде социальных противоречий. Одним из них является противоречие между естественным человеческим стремлением жить дольше, с одной стороны, и отсутствием индивидуальной ответственности за свое собственное здоровье, с другой. Это не снижает проявления более масштабного социального противоречия между всеобщей коммерциализацией медицинского обслуживания, сокращающим доступность бесплатных медицинских услуг, с одной стороны, и очень ограниченными материальными возможностями нетрудоспособного населения пользоваться комплексом необходимых медицинских услуг, способных поддерживать их здоровье, с другой.

Научное изучение продолжительности жизни человека, как ни странно, но было заложено английским астрономом Эдмундом Галлеем в XVII в. Продолжателем его исследований стал Бенджамин Гомперц (английский служащий страховой компании), который более 150 лет тому назад описал динамику смертности людей и сделал ряд выводов о роли в этом процессе различных факторов продолжительности жизни [Gompertz: 513–585]. Согласно выводам Гомперца, смерть в большинстве случаев наступает у людей, независимо от возраста. В 1860 году выводы Гомперца были дополнены выводами Мейкейма о том, что в смертности существуют независимая от возраста компонента [Makeham: 301–310]. Им же была предложена более точная кривая смертности человека. Так в итоге появился закон Гомперца-Мейкейма, который позволяет описывать не только кривую смертности, но и в определенной мере прогнозировать ее.

В начале XX века немецкий физиолог Рубнер разработал возрастную классификацию длительности жизни, которая в качестве начала отсчета старости определяла возраст в 50 лет. а «почтенную старость» – с 70 лет. Хотя немецкий патолог Л. Ашоф относил начало старости к 65 годам. Своего рода уточнение к этим классификациям внес в 1905 году известный американский медик В. Аслер, который утверждал, что предельным возрастом человека, после которого он становится «в тягость себе и обществу», является 60 лет. Таким образом, истори-

<sup>1</sup> World Health Organization: Number of deaths (thousands), data by WHO region. Global Health Observatory data repository [el. source]: <http://apps.who.int/gho/data/view.main.CM1300N?lang=en> (accessed April 21, 2016).

чески попытки определить продолжительность жизни с точки зрения оптимального периода жизни и деятельности человека в обществе делались различными учеными (более всего медиками и физиологами), расхопившимися в оценке возраста, означающего начало старости [Haagsma, Graetz, Bolliger: 3–18].

Предметом проведенного социологического исследования являются факторы, обуславливающие продолжительность жизни нетрудоспособного населения. Объектом – нетрудоспособное население столичного мегаполиса, в структуре которого – две социальные группы: пенсионеры и инвалиды.

По определению профессора Г.Г. Силласте нетрудоспособное население – это население, включающее пенсионеров и инвалидов, которые в силу своей объективной возрастной характеристики (пенсионеры) и ограничений по возрасту не могут участвовать в полноценной трудовой деятельности [Силласте 2012b: 159].

В Москве из 42,7 миллионов российских пенсионеров, по данным Росстата, к 2017 году количество пенсионеров составило 2,98 млн., из которых работающих – одна треть. Помимо пенсионеров в группу нетрудоспособного населения входят также люди с ограниченными возможностями, которые в Москве составляют среди людей пенсионного возраста более 930 тыс. человек. Общее количество инвалидов в Москве в 2017 составило 1,1 млн. человек. Таким образом, в целом нетрудоспособное население Москвы составляет 4,081 млн. человек<sup>1</sup>.

### **«Предмет один, подходы – разные»**

Анализируя факторы продолжительности жизни, автор опирается, прежде всего, на социологический подход, который связан с подходом демографическим и экономическим. С позиции социологического подхода, всю социальную жизнь и процессы в жизни общества обуславливают, прежде всего, две типологические группы факторов: субъективные и объективные. Фактор (от лат. factor – делающий, производящий) означает «движущую силу, причину какого-либо процесса или явления; существенное обстоятельство»<sup>2</sup>. Объективными факторами являются факторы, формирующие социальные условия среды обитания и жизнедеятельности человека. Эти факторы создают ту социальную среду, в которой развивается общество, личность и государство.

Именно к этим условиям адаптируется человек, формируя свои взгляды, отношения, оценки. Социальные условия, в которых объективно развивается человек, вынуждают личность приспособляться к этим условиям, принимая их или пытаясь изменить.

### **Факторы и их социологическая классификация**

Социальные условия многообразны, они складываются под влиянием уровня развития экономики, воздействия внешних условий и регулируются действу-

---

<sup>1</sup> Количество пенсионеров в столице выросло на 60 тыс. в 2016 году // Информационный центр Правительства Москвы [эл. ресурс]: <https://icmos.ru/news/45760-kolichestvo-pensionerov-v-stolitse-vyroslo-na-60-tys-v-2016-godu/> (дата обращения 3 февраля 2018).

<sup>2</sup> Большой энциклопедический словарь (2000). С. 1247.

ющими в обществе законами. Поэтому вопрос о классификации факторов, обуславливающих продолжительность жизни в мегаполисе, имеет принципиальное как теоретическое, так и практическое значение. Что входит в структуру объективных и субъективных факторов? Социологический подход к анализу факторов опирается на двучленную классификацию факторов, выделяя две их группы: факторы объективные и субъективные [Силласте 2012а: 198]. Объективные факторы действуют в любом социально – территориальном социуме, независимо от объекта–носителя этой характеристики. Именно объективные факторы, действующие, независимо от воли или желания объекта или субъекта процесса, являются определяющими с точки зрения жизнедеятельности личности в определенной среде обитания и развития. Само же разнообразие объективных факторов определяют естественные экономические, социальные, политические, природные, демографические условия развития среды.

Для характеристики объективных факторов используется, как правило, множество количественных показателей из области государственной, региональной и отраслевой статистики, позволяющих оценить масштабы объекта и субъекта действия, особенности сформировавшихся в обществе социальных, экономических, демографических условий на конкретном историческом этапе. В данном случае – в условиях рыночной экономики.

Дифференциация объективных факторов зависит от социальной структуры общества и во многом определяется спецификой социально-территориального социума. Проведенная автором систематизация объективных факторов (Таб. 1) позволила подробно проанализировать влияние сложившихся условий на объект социологического исследования, каковым является нетрудоспособное население столичного мегаполиса

**Таблица 1.** Типология объективных факторов продолжительности жизни нетрудоспособного населения в столичном мегаполисе / Typology of the objective factors of the disabled people life expectancy in capital cities

<b>Факторы</b>	<b>Показатели измерения</b>
<b>Демографическая ситуация</b>	Социально-демографическая структура (гендерная, возрастная, образовательная, семейная)
	Средняя продолжительность жизни
	Смертность
<b>Экономическая ситуация</b>	Финансово-экономические кризисы
	Прожиточный минимум
	Рынок труда (включенность в трудовую сферу, занятость, безработица)
	Оплата труда и уровень жизни
	Транспортная инфраструктура
Реновация жилья	
<b>Социальная ситуация</b>	Социальная стратификация населения и нетрудоспособных
	Социальное положение нетрудоспособных
	Условия жизни

Окончание табл. 1

<b>Факторы</b>	<b>Показатели измерения</b>
	Здравоохранение и медицинское обслуживание
	Социо-культурная, спортивная инфраструктура
	Образовательная среда
	Рынок социальных услуг, социальной защиты и социального патронажа
	Социальная мобильность пенсионеров и инвалидов
<b>Социально-правовая ситуация и безопасность среды</b>	Законы федеральные и субъектов РФ
	Международные акты и нормы права
	Количество и структура преступности в мегаполисе
	Раскрываемость преступности
	Насилие в отношении пожилых и стариков
<b>Экологический фактор (городская экология)</b>	Безопасность среды
	Загрязненность воздуха
	Чистота воды
<b>Зарубежный опыт</b>	В области применения практических мер увеличения продолжительности жизни нетрудоспособного населения

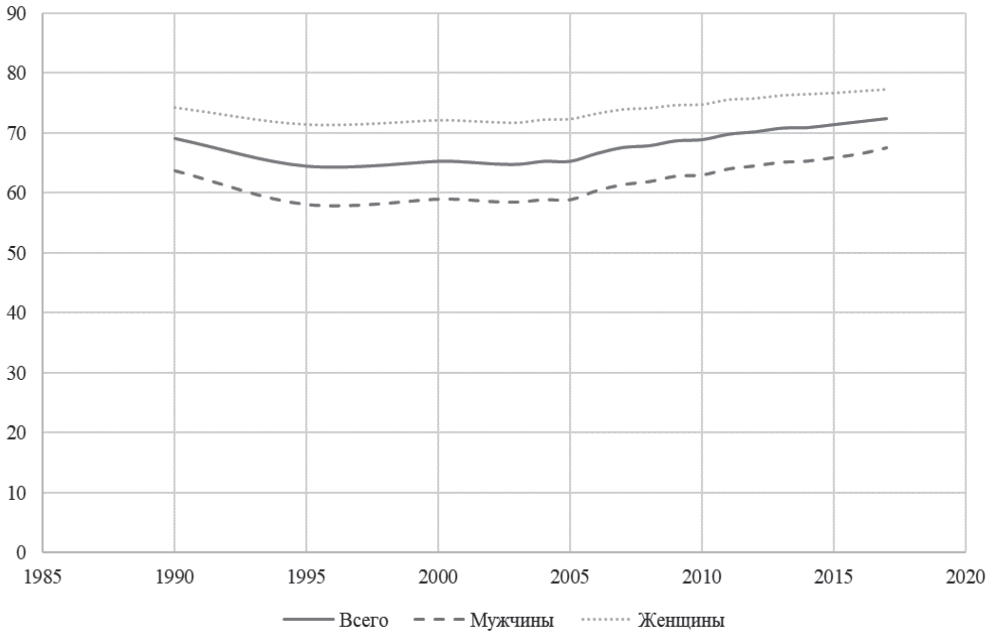
### **Объективное воздействие и его результаты**

Одним из важнейших объективных факторов является социально-демографическая структура столичного мегаполиса и связанная с ним демографическая ситуация. Для характеристики этого фактора автором использованы три показателя измерения: гендерная структура ( по признаку пола), возрастная, образовательная, семейное положение.

По гендерной структуре Москва как столичный мегаполис- это 12,45 млн. жителей, среди которых 47% мужчин и 53% женщин. Количество населения за последние 7 лет (2011-2018 гг.) в Москве увеличилось на 1,89 млн. человек, а гендерная асимметрия в продолжительности жизни мужчин и женщин углубилась. Так, если в 2007 г. продолжительность жизни у мужчин составляла 61,4 г., а у женщин 74, то 10 лет спустя (2017) гендерный разрыв составил 10 лет между мужчинами (67,5 лет) и женщинами (77,3 г.) [Женщины и мужчины...: 23].

Гендерная динамика продолжительности жизни в России представлена на рис.1.

Увеличение продолжительности жизни для женщин с 1995 года к настоящему времени составляет в России 5,8 лет. Таким образом, демографическая ситуация в российском обществе с 2011 года к 2018 году претерпела прогрессивные изменения, которые позитивно отразились на социально-психологическом самочувствии населения, его социальном и материальном положении и росте социального оптимизма в обществе. Общероссийская тенденция выхода из «демографической ямы» ретранслировалась на все российские регионы, в том числе,



**Рисунок 1.** Гендерная динамика продолжительности жизни в России (1990-2017) / Gender Dynamics of Life Expectancy in Russia (1990-2017)<sup>1</sup>

и на московский мегаполис, где продолжительность жизни к 2017 г. заметно возросла и превысила 77 лет. Таким образом, она почти сравнялась со средней продолжительностью жизни в Нью-Йорке, Берлине и Хельсинки. В столичном мегаполисе проживает свыше 36 тыс. долгожителей старше 90 лет, в том числе 483 чел. в возрасте 100 лет и более [Социальная защита...: 36, 65].

Если говорить о смертности как о характеристике демографической ситуации, то в Москве она сократилась с 13,5 на тысячу чел. населения (2015 г.) до 13,0 (2016), а количество пенсионеров увеличилось. Из 1,2 млн. инвалидов столичного мегаполиса 930 тыс. составляют люди пенсионного возраста с различными отклонениями по здоровью. На мероприятия по социальной интеграции этой группы в социальную среду Правительством Москвы выделено за последние пять лет свыше 31 млрд. рублей. Дополнительно 42 млрд. поступило за 2002-2016 гг. Эти деньги были направлены на создание рабочих мест для инвалидов, т.е. для их социально-трудовой адаптации и повышения уровня жизни. В одном лишь 2016 году было создано дополнительно свыше 12 тыс. рабочих мест. Предпринятые меры позволили к концу года трудоустроить 84% инвалидов, из тех, которые желали работать [Социальная защита...: 36, 65].

<sup>1</sup> Источник: Женщины и мужчины России, Росстат (2016) / Source: Women and Men of Russia, Rosstat (2016).

Вторую группу объективных факторов, обладающих большой силой влияния на формирование условий жизнедеятельности составляют экономические условия и соответствующая им экономическая ситуация, которые сложились под влиянием развития национальной экономики. Особое место в формировании как экономических, так и социальных условий занимают финансово-экономические кризисы. Они оказывают многомерное влияние и на прожиточный минимум, и на рынок труда (включенность в трудовую сферу), и на занятость с безработицей, на оплату труда и на уровень жизни. Для нетрудоспособного населения транспортная инфраструктура и реновация жилья имеют особое значение.

Проведенное автором исследование подтвердило наличие прямой связи между изменениями экономического положения и ухудшением демографической ситуации в обществе, сокращением воспроизводства населения и продолжительности жизни. Эту позицию, в противовес демографам, защищали еще в начале 90-х гг. прошлого столетия советские социологи член-корреспондент РАН М.Н. Руткевич и профессор Г.Г. Силласте [Руткевич, Силласте].

Как показал проведенный автором межстрановой анализ, воздействие кризисов на демографическую ситуацию в России значительно сильнее, чем в зарубежных странах с традиционной капиталистической экономикой (Германии, Великобритании, Италии, Франции, Испании, Нидерландах). Было бы ошибочно отрицать силу воздействия негативных последствий экономических кризисов на демографическую ситуацию в обществе [Пак: 353].

Другим влиятельным показателем экономического фактора является прожиточный минимум. Прожиточный минимум – это стоимостная оценка суммарного потребления человека или семьи, определяемая на основе минимальной потребительской корзины [Женщины и мужчины...: 23]. Показатель дифференцируется по трем социальным группам: пенсионеры, трудоспособное население и дети. Какова динамика прожиточного минимума для пенсионеров как части нетрудоспособного населения в столичном мегаполисе? (Таб. 2).

**Таблица 2.** Прожиточный минимум и его динамика для пенсионеров / Subsistence minimum and its dynamics for pensioners<sup>1</sup>

Величина прожиточного минимума по социально-демографическим группам в <b>РФ</b> , в среднем, на душу населения руб./месяц	2008	2013	2017, III квартал
Все население	4693	7326	10328
<b>Пенсионеры</b>	3712	6023	8496
Величина прожиточного минимума по социально-демографическим группам в <b>Москве</b>			
Все население	7386	7326	16160
<b>Пенсионеры</b>	5030	6023	11420

<sup>1</sup> Источник: Социальное положение и уровень жизни населения России, Росстат (2017) / Source: Social status and standard of living of the population of Russia, Rosstat (2017).

С 2000 г. по 2017 г. столичный прожиточный минимум пенсионеров возрос более, чем в 2 раза. Однако постоянный рост цен в значительной мере нивелировал увеличение прожиточного минимума пенсионеров. Тем не менее, прожиточный минимум в Москве существенно выше прожиточного минимума в целом по России. В 2017 году это соотношение для группы пенсионеров составило 11420 рублей (в Москве) по сравнению с 8496 руб. в РФ [Социальное положение...: 122].

Существенно отличается в столице и уровень материальной и социальной поддержки нетрудоспособного населения, что позитивно отражается на продолжительности жизни этой группы. Об этом свидетельствует такая особая демографическая характеристика как количество долгожителей в мегаполисе.

### **«Субъективность» в ответ на объективные условия**

Не анализируя далее влияние объективных факторов, обуславливающих продолжительность жизни в мегаполисе, обратимся к факторам субъективным. Субъективные факторы и их измерение в социологии имеют принципиальное значение. Именно через субъективные факторы оценивается то, в какой мере человек смог адаптироваться к объективно сложившимся социальным, экономическим, политическим, правовым условиям жизни в обществе. Субъективное восприятие человеком условий своей жизнедеятельности отражается в его отношении к окружающей среде, на его взглядах, мотивации своих действий и в целом – на жизненных ценностях личности. В таблице 1 предложен комплекс социальных показателей, с помощью которых социологически можно измерить влияние всех семи групп объективных факторов на массовое сознание нетрудоспособного населения столичного мегаполиса.

Измерение этих социальных показателей было проведено автором в ходе социологического исследования на тему «Детерминантные факторы продолжительности жизни нетрудоспособного населения столичного мегаполиса». Результаты исследования свидетельствуют о том, что представления нетрудоспособного населения о сущности демографической политики, реальной продолжительности жизни в Москве и в России, сбивчивые и малокомпетентные. Всего 22 % респондентов справедливо отмечают, что за годы рыночных реформ продолжительность жизни россиян сократилась. Оптимизм оценок остальных респондентов не совпадает с реальным состоянием ситуации. Но это уже предмет анализа будущей статьи.

### **Выводы**

Классификация факторов, обуславливающих продолжительность жизни в столичном мегаполисе, позволила сгруппировать их по критерию влияния условий жизни и предложить внутреннюю группировку объективных факторов по семи признакам, обуславливающим продолжительность жизни. Согласно теории социального детерминизма, объективные факторы социально детерминированы и оказывают решающее влияние на формирование субъективных пози-

ций и воззрений объекта исследований, его отношение к окружающему социуму и общественное мнение.

## Источники

- Демографическая энциклопедия (2013).  
 Женщины и мужчины России (2016) // Статистический сборник. Росстат.  
 Пак Т.И. (2017). Экономические кризисы как фактор развития демографической ситуации в российском обществе // *Гуманитарий Юга России* Том 6. № 6.  
 Руткевич М.Н., Силласте Г.Г. (2002). Необходима ли социология при изучении социально-демографических проблем?  
 Рыбаковский Л.Л. (2015). Стратегия демографического развития России и ее претворение в концепции демографической политики на период до 2025 года // Моделирование демографического развития и социально-экономическая эффективность реализации демографической политики России / отв.ред. и сост. С.В. Рязанцев, Е.Е. Письменная.  
 Силласте Г.Г. (2012). Экономическая социология. Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Альфа-М: ИНФРА-М.  
 Силласте Г.Г. (2012). Гендерная социология и российская реальность. М.: Альфа-М: ИНФРА-М.  
 Социальная защита. Москва. Для жизни, для людей 2012-2016 (2016) // Статистический сборник. Росстат.  
 Социальное положение и уровень жизни населения России (2017) // Статистический сборник. Росстат.  
 Gompertz B. (1825). On the Nature of the Function Expressive of the Law of Human Mortality, and on a New Mode of Determining the Value of Life Contingencies // *Philosophical Transactions of the Royal Society*. 115: 513–585. DOI:10.1098/rstl.1825.0026.  
 Haagsma J.A., Graetz N., Bolliger I. (2016). The global burden of injury: incidence, mortality, disability-adjusted life years and time trends from the Global Burden of Disease study 2013 // *Inj. Prev.* No. 22. P. 3–18.  
 Makeham W.M. (1860). On the Law of Mortality and the Construction of Annuity Tables // *J. Inst. Actuaries and Assur.* P. 301–310.

## ■ ■ ■ Factors Classification for Disabled Population Life Expectancy in Capital City

### Tatiana I. Pak

Financial University, Moscow, Russia.

**Abstract.** The paper considers the problems of life expectancy of disabled people in the capital city (Moscow).

The author analyzes the essence of the concept, scientific approaches and their features for the life expectancy study.

Considering the essence of the 'factor' concept, types of factors are systematized from the point of view of the sociological approach, their typology, measurement indicators. The author leads the specific data on the characteristics of a number of objective factors to create a

certain social situation, habitat and living conditions of the disabled population. Within the structure of the disabled population the author studies two social groups: pensioners and people with disabilities. In spite of existing two groups of factors: objective and subjective, the main attention in this article is paid to the analysis and typology of objective factors. The author's system of objective factors allows to analyze the impact of the existing conditions, which form subjective positions and views of the object of sociological research: people with disabilities in capital cities.

**Keywords:** life expectancy, disabled population, capital city, sociological approach, objective factor, subjective factor, gender structure

*For citation:* Pak T.I. Factors Classification for of Disabled Population Life Expectancy in Capital City. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.2. P. 30-39. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-2-30-39.

*Inf. about the author:* Tatiana Innokentievna Pak, postgraduate student of the department of sociology, history and philosophy, Financial University. Address: 125993, Moscow, Leningradsky av., 49. E-mail: tatianapak@yandex.ru.

*Received:* 08.04.2018. *Accepted:* 08.04.2018.

## References

- Demographic Encyclopedia (2013). P. 622 (In Rus.).
- Gompertz B. (1825). On the Nature of the Function Expressive of the Law of Human Mortality, and on a New Mode of Determining the Value of Life Contingencies. *Philosophical Transactions of the Royal Society*. 115: 513–585. DOI: 10.1098/rstl.1825.0026.
- Haagsma J.A., Graetz N., Bolliger I. (2016). The global burden of injury: incidence, mortality, disability-adjusted life years and time trends from the Global Burden of Disease study 2013. *Inj. Prev.* No. 22. P. 3–18.
- Makeham W.M. (1860). On the Law of Mortality and the Construction of Annuity Tables. *J. Inst. Actuaries and Assur.* P. 301–310.
- Pak T.I. (2017). Economic crises as a factor in the development of the demographic situation in Russian society // *Humanitarian of the South of Russia*. Vol. 6. № 6. P. 353 (In Rus.)
- Rutkevich M.N., Sillaste G.G. (2002). Do we need sociology to study socio-demographic issues? (In Rus.).
- Rybakovsky L.L. (2015). Strategy of demographic development of Russia and its implementation in the concept of demographic policy for the period until 2025. Modeling the demographic development and socio-economic efficiency of the implementation of the demographic policy of Russia. Ed. S.V. Ryazantsev, E.E. Pismennaya (In Rus.)
- Sillaste G.G. (2012). Economic sociology. Financial University. 2<sup>nd</sup> ed., revised.. Moscow: Alfa-M: INFRA-M (In Rus.).
- Sillaste G.G. (2012). Gender sociology and Russian reality. Moscow: Alfa-M: INFRA-M (In Rus.).
- Social protection. Moscow. For life, for people 2012-2016 (2016). Statistics digest. Russian Federal Statistics Service (Rosstat) (In Rus.).
- Social status and standard of living of the population of Russia (2017). Statistics digest. Russian Federal Statistics Service (Rosstat) (In Rus.).
- Women and men of Russia (2016). Statistics digest. Russian Federal Statistics Service (Rosstat) (In Rus.).

## ■ ■ ■ Национальное здоровье граждан Российской Федерации в системе социальной коммуникации

**Завьялов А.Е.**

Московский городской педагогический университет, Москва, Российская Федерация.

**Аннотация.** В статье рассматриваются проблемы состояния национального здоровья граждан РФ в системе социальных коммуникаций на основе данных официальной статистики Росстат.

В первой части статьи рассматривается краткое развитие взглядов на проблемы здоровья с точки зрения динамики развития общества, раскрывается важность национального здоровья с точки зрения социальных коммуникаций, а также потребность в формировании здоровья, как ключевого фактора развития индивида в системе современных отношений. Во второй части статьи приводятся тенденции развития заболеваний в Российской Федерации по типам болезней и раскрывается их влияние на систему социальных коммуникаций в ключе социально-экономической активности населения. В третьей части статьи выделяются проблемы развития ВИЧ среди граждан России, как наиболее опасного для национального здоровья заболевания. В четвертой части статьи анализируется влияние здоровья и социальных коммуникаций на естественный прирост населения и анализ различных факторов на данный показатель, выделяя такие, как изменение характера социальных коммуникаций, эффективность сохранения здоровья детей, суммарный коэффициент рождаемости и миграционные процессы. В пятой части делаются выводы, касающиеся эффективности существующих механизмов улучшения состояния национального здоровья, в том числе программы «Материнский капитал», а также даются рекомендации относительно выравнивания показателя естественного прироста населения и стимулирования граждан к сознательному и бережливому отношению к здоровью, в том числе с использованием сети Интернет. Социальные сети и сервисы знакомств, пользующиеся популярностью в современных изменениях социальных коммуникаций, в данном вопросе могут стать достаточно эффективным способом привлечения внимания людей к существующей проблеме в сфере национального здоровья.

**Ключевые слова:** здоровье, национальное здоровье, заболеваемость населения, распространенность инфекций, естественный рост населения

*Для цитирования:* Завьялов А.Е. Национальное здоровье граждан Российской Федерации в системе социальной коммуникации // Коммуникология. 2018. Том 6. №2. С. 40-50. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-2-40-50.

*Сведения об авторе:* Андрей Евгеньевич Завьялов, кандидат социологических наук, старший преподаватель Московского городского педагогического университета. Адрес: 129226, г. Москва, 2-й Сельскохозяйственный пр., д. 4. Email: zavyalov88@inbox.ru.

*Статья поступила в редакцию:* 12.03.2018. *Принята к печати:* 21.03.2018.

## Научно-теоретические основы проблемы здоровья нации

Проблемы здоровья являются важным условием эффективной социальной коммуникации. В современном мире социальные процессы протекают все быстрее, возрастает и потребность в сохранении и развитии здоровья, как необходимо условия успешной коммуникации участников процесса.

По мере своего развития человечество все больше развивало свое понимание здоровья в зависимости от исторической эпохи. Сначала это было на уровне народной медицины. Забота о здоровье носила в большей степени религиозный характер, присутствовали в значительной степени взгляды анималистические на сохранение здоровья. Постепенно накопленный опыт и понимание позволили перевести это на новый уровень с использованием различных лекарственных растений.

В дальнейшем серьезным прорывом в сохранении здоровья стало зарождение и развитие санитарии и норм гигиены. Первые шаги в этом направлении были сделаны в Древнем Египте и Китае. В Античный период, например, в Римской Империи большое применение находят водопроводы – акведуки и термы – античные бани.

В конце X в., начале XI в. философ и врач Абу Али Ибн-Сина пишет фундаментальный труд, посвященный проблемам здоровья и медицины «Канон врачебной науки», где много внимания уделялось не только лечению болезней, но и вопросам профилактики [Завьялов, Левашов].

Процессы связанные с усложнение общества заставляли все больше времени уделять проблемам сохранения здоровья. Все увеличивающиеся нагрузки и потребности людей, процессы урбанизации, заставляют больше внимания уделять проблемам здоровья.

Здоровье постепенно изменяет свой характер от физиологического и психологического состояния организма до жизненного необходимого ресурса, который позволяет не только поддерживать существование, но и развиваться. В этом ключе здоровье превращается не только в проблему отдельно взятого индивида, но и становится важной составляющей национальной политики. Именно поэтому многие развитые и развивающиеся страны уделяют больше внимание национальному состоянию здоровья своих граждан, стремясь повысить его качество и доступность.

В современном быстро развивающемся динамичном обществе здоровье превращается из необходимой составляющей жизни в капитал, который люди могут использовать для улучшения своего социально-экономического положения. Человек вынужден не только зарабатывать средства для обеспечения своего существования, но и решать множество иных проблем, в том числе связанных с семьей. Часто это происходит в ущерб здоровью. Недосыпания, не соблюдение режима питания, труда и отдыха приводят к развитию множества заболеваний, таких как хроническая усталость, умственное переутомление, артериальная гипертония, испытывают депрессивные состояния. В результате это не-

гativement сказывается не только на работоспособности индивида и его возможности воспринимать поступающую информацию, но и способно разрушить социальные связи человека.

К несчастью в Российской Федерации существует тенденция отношения граждан к своему здоровью, как к ресурсу, они не всегда задумываются о необходимости его восстановления. Проблемы рекреации по данному направлению с каждым годом становятся все более острыми и насущными [Чичерин, Нагаев].

При этом многие граждане в случае недомогания не стремятся посещать больницы и поликлиники. Некоторым трудно выделить время во внерабочий период, некоторые считают, что болезнь сама пройдет, а кто-то использует народные методы или самолечение – развитие сети Интернет позволяет быстро получить доступ к информации относительно симптомов заболевания в ущерб качеству поставленного диагноза самому себе не обладая должным медицинским образованием [Толмачева].

Все это в значительной степени снижает эффективность социальных коммуникаций, в значительной степени осложняя взаимодействие граждан, как в рабочей обстановке, так и в быту. Недомогания, болезни ослабляют организм, могут приводить к нервному истощению, не говоря уже о физическом.

### Здоровье граждан РФ: состояние и проблемы

Если обратиться к статистическим данным Росстата по состоянию здоровья граждан РФ, то становится очевидным, что, начиная с 2000 г. медленно, но неуклонно растет число людей, страдающих от тех или иных заболеваний. Так если в 2000 г. было зарегистрировано 106 328 человек с установленным впервые в жизни диагнозом. К 2016 г. их число выросло до 115 187 человек (Таб. 1) [Здравоохранение...]. С одной стороны, для некоторых видов заболеваний, к примеру, связанных с новообразованиями, это может говорить о том, что улучшились способы распознавания таких болезней на ранних стадиях. С другой стороны, некоторые формы болезней показывают негативные тенденции к росту связанные с ухудшениями образа жизни, недостаточно развитой культурой в различных сферах, как например культура питания. Так же важно сделать акцент на том, что речь идет именно о заболеваниях, зарегистрированных впервые в жизни и по многим классам болезней люди уже не смогут чувствовать здоровыми, что объективно может снизить их работоспособность и социальную активность.

**Таблица 1.** Общая заболеваемость населения (зарегистрировано впервые в жизни, всего, тыс. чел.) / General morbidity of the population (first registered, total, ths.)

	2000	2005	2010	2015	2016
Все болезни	106328	105886	111428	113927	115187

При этом важным является не только общее число заболевших, но и структура заболеваемости по некоторым типам болезней. Как видно из структуры заболевания по многим типам болезней на момент 2016 года удалось снизить и

преодолеть негативно развивавшуюся динамику с 2000 г. по 2010 года, когда наблюдался резкий рост числа заболеваний (Таб. 2) [Здравоохранение...]. Особенно это касается различного рода осложнений беременности, родов, а также послеродового периода. Начиная с 2000 г. их число неуклонно росло с 2085 до 2889 человек. Это являлось очень опасной тенденцией, которая в значительной степени сказывалась на рождаемости, а также здоровье новорожденных. К 2016 году по данным Росстата удалось снизить количество зарегистрированных заболеваний до 2450 человек. Одновременно с этим растет и число заболеваний, связанных с врожденными аномалиями. Это может быть связано с различного рода причинами и требуется уточнение, какие именно аномалии регистрируются. Некоторые из них, могут быть связаны с мутациями, вызванными алкогольной и наркотической зависимостью родителей, другие могут относиться к гормональным нарушениям, болезням плода, а также сильное влияние может оказывать возраст родителей.

В свою очередь наблюдается рост числа заболеваний, связанных с экологическими проблемами, а также качеством питания. Так, например, если в 2000 году было впервые зарегистрировано 46170 человек с болезнями органов дыхания, то к 2016 году численность больных увеличилась до 51573. Подобные заболевания могут крайне негативно сказываться на здоровье человека, значительно снижая его работоспособность и увеличивая риски иных заболеваний, в том числе сердечно-сосудистой системы. Связано это может быть и с повсеместным использованием систем кондиционирования помещения. Тем не менее, данный вид заболеваний находится на первом месте по числу зарегистрированных случаев, что свидетельствует о негативной тенденции. Вместе с болезнями органов дыхания растут и болезни системы кровообращения. Число диагнозов, установленных впервые в жизни с 2000 года по 2016 год выросло практически в два раза с 2483 человек до 4649 человек соответственно.

Вызывают определенные опасения и рост заболеваний, связанных с болезнями крови, новообразованиями и врожденными аномалиями. Несмотря на то, что их число еще значительно не высоко, эти виды болезней могут оказывать весьма тяжелые последствия на организм человека. Особенно новообразования, которые в последствии могут привести к онкологическим заболеваниям. Так, например, если в 2000 году было зарегистрировано 1226 человек, у которых были выявлены новообразования, то в 2016 году таких было обнаружено уже 1668 и их число неуклонно растет. Так же выявлено в полтора раза больше различных врожденных аномалий. Хотя, это может быть связано и с улучшением системы диагностики подобных заболеваний [Кожевников].

Одновременно с этим, такие типы болезней, как болезни глаза, уха, а также травмы и отравления остаются приблизительно на одном уровне. Хотя регистрируется незначительный рост числа травм и отравлений, а также иных внешних причин. Это может быть связано с бытовыми причинами возникновения [Никифорова, Веселов, Цзюнькай]. Однако травмы и отравления, в том числе от употребления алкоголя находят на втором месте по частоте регистрации после бо-

лезней органов дыхания и могут требовать дополнительного внимания со стороны органов здравоохранения и государства с целью снижения общей динамики роста числа заболеваний в Российской Федерации [Каприн, Александрова, Старинский: 54].

**Таблица 2.** Заболеваемость населения по типам болезней (зарегистрировано впервые в жизни, всего, тыс. чел.) / General morbidity of the population (first registered, total, ths.)

<b>Виды болезней</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2010</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Инфекционные и паразитарные болезни	6448	5312	4690	4116	4086
Новообразования	1226	1357	1540	1672	1668
Болезни крови и кроветворных органов	551	647	705	692	688
Болезни глаза	4638	4778	4715	4878	4787
Болезни уха и сосцевидного отростка	3191	3425	3867	3893	3863
Болезни органов дыхания	46170	41915	46281	49464	51573
Болезни органов пищеварения	4698	5034	4778	5163	5229
Болезни системы кровообращения	2483	3278	3734	4563	4649
Осложнения беременности и послеродового периода	2085	2471	2889	2618	2450
Врожденные аномалии	214	236	295	297	302
Травмы и отравления, а так же иные внешние причины	12544	12808	13096	13235	13063

### **Заболеваемость ВИЧ – особая опасность для здоровья нации**

Очень серьезным показателем, который в значительной степени влияет на здоровье граждан, особенно в долгосрочной перспективе является заболеваемость вирусом иммунодефицита человека [Окулич]. По данному показателю динамика является неутешительной на сегодняшний день. В 2005 году, в соответствии с данными Росстат было зарегистрировано 328204 человека имеющим такое заболевание, однако в последующие годы наблюдается резкий скачек числа заболевших. В 2010 уже было выявлено 503724 человека, а в 2015 уже 824706 человек. На 2016 год по данным было обнаружено 844316 человек зараженных данным вирусом (Таб. 3) [Здравоохранение...]. При этом речь идет об официальной статистике. Неофициальные источники мониторинга в том числе по расчётам UNAIDS может доходить до полутора миллионов человек. При этом ситуация в зависимости от регионов различается. Такие субъекты, как Саратовская область, Свердловская область, Иркутская область, Кемеровская область поражены ВИЧ на сегодня наиболее сильно [Пирогова]. Данные проблемы могут быть связаны с общей не благополучностью данных регионов, развитием наркомании [Фаткулин, Грищенко]. Основное распространение ВИЧ инфекций в Российской Федерации находится в центральных регионах, расположенных недалеко от Республики Казахстан, что может быть связано с наркотрафиком, а также притоком рабочих мигрантов из бывших республик СССР, что также является существенным фактором распространенности ВИЧ [Иванова: 12].

**Таблица 3.** Распространенность ВИЧ в России / HI virus prevalence in Russia

<b>Зарегистрировано лиц</b>	<b>2005</b>	<b>2010</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Всего	328204	503724	665160	742631	824706	844316

Данный вид заболеваний представляет особую опасность для здоровья граждан и нации в целом. Одной из проблем развития этого заболевания является тот факт, что человек может быть носителем ВИЧ, при этом не зная об этом и неосознанно заражая других людей. Многие НИИ Российской Федерации сегодня разрабатывают средства против ВИЧ. К несчастью тенденция развития этого заболевания характерна не только для России, но и для мира в целом. Естественно, что необходима активная профилактика данного заболевания особенно в среде подростков. Однако, рост числа заболевших говорит о недостаточном уровне мероприятий по упреждению ВИЧ, многие люди могут относиться к данной проблеме недостаточно серьезно, особенно это касается школьников и студентов, которые в силу возраста еще не ощущают на себе последствия потенциальных заболеваний и могут относиться халатно к своему здоровью [Плотникова, Понотова, Малов]. Проводимая социальная реклама также может не оказывать должного эффекта ввиду психологических причин – многие люди на сегодня в достаточной степени раздражены рекламой и стараются абстрагироваться от нее, создавая барьеры на пути рекламной коммуникации.

Таким образом, существующая на сегодняшний день система профилактики и предупреждения ВИЧ не оказывает должного эффекта и нуждается в значительной доработке с применением современных средств маркетинга и привлечением к этому не только государственных органов, но и, возможно, коммерческих юридических лиц. Для решения данной проблемы необходим налаженный механизм взаимодействия различных структур и институтов в рамках социальной коммуникации для преодоления кризиса [Тхориков, Дахова].

### **Естественный прирост населения РФ как вектор коммуникации**

В результате все эти проблемы приводят не только к ухудшению национального здоровья, но и подчас сводят на нет все попытки государства улучшить демографическую ситуацию (Таб. 4). В период с 2013 г. по 2015 г. в определенной степени удалось преодолеть кризис потери населения Российской Федерации и даже удалось выйти на положительную динамику благодаря различным государственным программам поддержки молодых семей, в том числе с помощью госпрограммы «Материнский капитал». Однако, в 2016 году наблюдается резкий спад естественного прироста населения, который снова выходит на отрицательные значения. При этом спад наблюдается как среди городского населения, так и среди сельского. Пик прироста городского населения пришелся на 2015 год – он составил 93392 человека. В 2016 году снизился до 71647 человек. Среди сельского населения наблюдается более плачевная картина. Наблюдается усиленная убыль населения. Конечно, в 2016 году убыль сельского населения

составила 73933 человека, в то время, как в 2005 году этот показатель находилась на отметке 287667 человек. Самое низкое значение убыли сельского населения было зарегистрировано в 2013 году и составило 792 человека. Естественный прирост населения по данным РОССТАТ рассчитывался исходя из разницы родившихся и умерших в определенный период [Демографический...].

**Таблица 4.** Естественный прирост населения (тыс. чел.) / Natural Increase in population (ths.)

	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Естественный прирост населения	-846559	-239568	24013	30336	32038	-2286
Прирост городского населения	-558892	-157841	24805	32050	93392	71647
Прирост сельского населения	-287667	-81727	-792	-1714	-61354	-73933

Причиной таких изменений можно считать ухудшение социально-экономического положения граждан Российской Федерации в связи со сложившейся политической и экономической ситуацией.

Анализируя данные РОССТАТ, касающиеся рождения, смертности новорожденных, возрастные коэффициенты рождаемости, а также численность умерших по разным причинам болезней можно сделать некоторые выводы.

Положительным является то, что удалось в значительной степени снизить смертность детей в возрасте от 0 до 14 лет со 120 на 100000 человек населения в 2005 г. до 70 на 100000 человек в 2016 г., что является очень хорошим показателем для системы здравоохранения и говорит о совершенствовании системы оказания медицинской помощи и диагностике заболеваний [Онищенко, Ежлова и др.].

В тоже время наблюдается снижение суммарного коэффициента рождаемости с 1,777 в 2015 году, до 1,762 в 2016 году исходя из показателя рождаемости во всех возрастных группах, родившихся живыми на 1000 женщин. Однако, это все равно остается хорошим показателем в сравнении с 2005 г., когда коэффициент составлял 1,294. Это свидетельствует о том, что государственная программа «Материнский капитал» может оказывать свое положительное воздействие на процессы рождаемости и государственная поддержка в этой сфере социальной жизни необходима на данном этапе развития Российского общества. Во многом, изменение характера социальных коммуникаций, перевод общения в сеть Интернет может сказываться на процессе рождаемости наравне с ухудшением социально-экономического положения [Козлова, Нифантова, Макарова]. Не всегда люди могут найти время и средства для посещения мест и мероприятий, подходящих для знакомств. Многие используют сервисы для знакомств (Tinder, Okcupit, Yер и другие), которые дают возможность разовых знакомств для краткосрочного времяпрепровождения.

Однако, снижение рождаемости в Российской Федерации, если судить по данным РОССТАТ, совпадает с динамикой миграционных процессов и ростом числа трудовых мигрантов из стран бывшего СССР. До 2015 года наблюдался рост числа мигрантов из зарубежных стран. Так если в 2010 году в Российскую Федерацию въехало 139221 человек, то в 2015 году таких мигрантов насчиты-

валось уже 464776 человек. И именно на этот год приходится пик рождаемости. В тоже время в 2016 году наблюдается незначительный спад числа мигрантов до 453988 человек.

С учетом скачков естественного роста населения, коэффициента рождаемости и данных по миграционным процессам, можно сказать, что в определенной степени естественный прирост населения Российской Федерации зависит от трудовых мигрантов, которые для получения гражданства и обеспечения будущего своих детей приезжают сюда и рожают непосредственно на территории России. В тоже время они зависят от экономической ситуации в государстве [Пак]. Падение курса рубля повлияло на приток мигрантов, делая в определенной степени не выгодными старые схемы, когда они отправляли заработанные деньги домой на поддержку своих семей.

### **Выводы и рекомендации**

Национальное здоровье граждан Российской Федерации находится сегодня не в самом лучшем состоянии. Несмотря на то, что реформы проводимые в системе здравоохранения помогли преодолеть некоторый кризис роста заболеваний, тем не менее общая динамика продолжает расти, что явно свидетельствует о недостаточности осуществляемых мероприятий. Требуется целенаправленная работа по отдельным типам заболеваний, показывающим положительную динамику, в том числе активная просветительская деятельность о причинах и способах лечения, а также необходимости посещения врачей в случае обнаружения недомоганий.

Особое внимание требуется уделить ВИЧ, так как это заболевание и его распространенность является наиболее критичным на территории Российской Федерации и угрожает национальному здоровью. Проводимая социальная реклама и отдельные мероприятия вероятно не оказывают должного эффекта и для решения этой проблемы необходима целенаправленная систематическая деятельность особенно в образовательных учреждениях среднего и высшего образования, так как ситуация близка к эпидемии.

Ухудшение состояния здоровья граждан в итоге оказывает свое влияние и на демографическую ситуацию, уменьшая естественный прирост населения государства. В тоже время на данный показатель оказывают влияние различные факторы, в том числе миграционные процессы из стран бывшего СССР, что необходимо учитывать при анализе статистических данных. Так же можно предположить, что мероприятия, направленные на улучшение социально-экономического положения, могут не дать должного эффекта, стимулируя скорее приток мигрантов и требуется более детальная работа с населением по выяснению основных нужд, потребностей, а также просветительская деятельности по применению материнского капитала и иных государственных выплат в поддержку семьям с детьми.

На текущем этапе развития социальных коммуникаций и перевода в сеть Интернет для государства важно следовать существующим тенденциям, исполь-

зую современные ресурсы. Платформой для проведения социальной рекламы и поощрения граждан к внимательному отношению к здоровью могут стать социальные сети и сервисы знакомств. Поощрения за сдачу тестов на ВИЧ, осмотр у врачей, сдача норм ГТО, наличие супруга\супруги и иных способов профилактики и рождаемости, как в сети Интернет, так и при рабочих коммуникациях может стать достаточно экономичным для государства и в тоже время эффективным средством решения проблемы национального здоровья.

## Источники

- Антропова М.В. Бородкина Г.В. Кузнецова Л.М. (2011). Проблемы здоровья детей и их физическое развитие // *Здравоохранение Российской Федерации*. № 5. С. 17.
- Викторов А.Ш. (2017). Особенности модернизации современного российского общества в контексте демографической безопасности и здоровья нации // *Вестник Здоровье и образование в XXI веке*. № 7. С. 88-93.
- Демографический ежегодник России (2017): Стат. сб. / РОССТАТ. Москва.
- Завьялов А.Е., Левашов В.И. (2016). Здоровье россиян. Вызовы и проблемы // *Интерактивная наука*. № 8. С. 49-55.
- Здравоохранение в России (2017): Стат. сб. / РОССТАТ. Москва.
- Иванова Л.Ю. (2015). Информированность трудовых мигрантов из разных регионов об опасных инфекционных заболеваниях: ВИЧ, ИППП, туберкулез, гепатит (на материалах опроса иностранных работников в Санкт-Петербурге) // *Соц [и]альные аспекты здоровья населения*. № 4.
- Каприн А.Д., Александрова Л.М., Старинский В.В. (2017). Формирование в России концепции здорового образа жизни как основа профилактики неинфекционных заболеваний // *Research'n Practical Medicine Journal*. №2.
- Кожевников А.А. (2016). Социологический подход к анализу состояния системы обязательного медицинского страхования и перспективы ее развития // *Здравоохранение РФ*. №4. С. 183-186.
- Козлова О.А., Нифантова Р.В., Макарова М.Н. (2017). Методические вопросы оценки экономического ущерба от смертности населения, занятого в экономике региона // *Экономика региона*. №2. 35-40.
- Никифорова О.А., Веселов Ю.В., Цзюнькай Ц. (2017). Питание и здоровье в истории общества // *Общество: социология, психология, педагогика*. №11. С. 41-45.
- Онищенко Г.Г., Ежлова Е.Б., Мельникова А.А., Дементьева Л.А., Дёмина Ю.В., Яновская Г.В., Федотова Н.А., Иванов Г.Е. (2013). Санитарно-эпидемиологическое благополучие детского населения Российской Федерации // *ПФ*. №2. С. 10-18.
- Окулич А.И. (2017). Проблема дискриминации личности по признаку положительного статуса ВИЧ/СПИД // *Вестник ЮУрГУ. Серия: Право*. №2. С. 93-97.
- Пак Т.И. (2017). Экономические кризисы как фактор развития демографической ситуации в российском обществе // *Гуманитарий Юга России*. №6. С. 349-359.
- Пирогова И.А. (2017). Распространенность ВИЧ-инфекции в России // *Вестник СМУС74*. №4 (19). С. 45-49
- Плотникова Ю.К., Понотова Л.В., Малов И.В. (2012). Моделирование социолого-эпидемиологического риска как основы эффективного управления территориальной системой борьбы и профилактики ВИЧ/СПИД заболевания // *Сиб. мед. журн. (Иркутск)*. №1. С. 83-87.
- Толмачева В.В. (2015). К вопросу о становлении валеологического знания в России // *Концепт*. №17. С. 31-35.
- Тхориков Б.А., Дахова М.Н. (2016). Инструменты прогнозирования в системе индикативного управления организациями социальной сферы // *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика*. №16 (237). С. 38-48.

Фаткулин С.Т., Грищенко В.А. (2017). Профилактика незаконного оборота наркотиков в Челябинской области // *Правопорядок: история, теория, практика*. №3 (14). С. 55-59.

Чичерин Л.П., Нагаев Р.Я. (2014). Совершенствование организации медико-социальной помощи подросткам // *Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины*. №6. С. 40-44.

## ■ ■ ■ National Health of Citizens of the Russian Federation in the System of Social Communication

**Andrey E. Zavyalov**

Moscow City Teacher Training University (MCU), Moscow, Russia.

**Abstract.** The paper is dedicated to the representation of the problems of the state of national health of Russian citizens in the system of social communications on the basis of official statistics of the Russian Federal Service for Statistics.

In the first part of the article, a brief development of views on health problems from the point of view of the dynamics of society development is considered, the importance of national health from the point of view of social communications is revealed, as well as the need for the formation of health as a key factor in the development of the individual in the system of modern relations. In the second part of the article the tendencies of the development of diseases in the Russian Federation by types of diseases are given and their influence on the system of social communications in the key of the social and economic activity of the population is revealed. The third part of the article highlights the problems of HIV development among Russian citizens as the most dangerous disease for national health. The fourth part of the article analyzes the impact of health and social communications on natural population growth and the analysis of various factors on this indicator, highlighting such as changing the nature of social communications, the effectiveness of child health, the total fertility rate and migration processes. The fifth part draws conclusions on the effectiveness of existing mechanisms for improving the state of national health, including the 'Mother's Capital' program, and also provides recommendations for equalizing the indicator of natural population growth and encouraging citizens to conscious and thrifty attitude to health, including using the Internet. Social networks and dating services that are popular in modern changes of social communications in this matter can become an effective way of attracting people's attention to the existing problem in the sphere of national health.

**Key words:** health, national health, morbidity of the population, prevalence of infections, natural population growth

*For citation:* Zavyalov A.E. National Health of Citizens of the Russian Federation in the System of Social Communications. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.2. P. 40-50. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-2-40-50.

*Inf. about the author:* Andrey Evgenievich Zavyalov, Cand. Sc. (Soc.), senior lecturer, Moscow City Teacher Training University. Address: 129226, Moscow, Selskohozyajstvenny pr., 4. E-mail: email: zavyalov88@inbox.ru.

*Received:* 12.03.2018. *Accepted:* 21.03.2018.

## References

- Antropova M.V., Borodkina G.V., Kuznetsova L.M. (2011). Problems of children's health and their physical development. *Healthcare of the Russian Federation*. No. 5. P. 17 (In Rus).
- Chicherin L.P., Nagaev R.Y. (2014). Perfection of the organization of medical and social assistance to adolescents. *Problems of social hygiene, public health and history of medicine*. No. 6. P. 40-44 (In Rus).
- Demographic Yearbook of Russia (2017): Stat. comp. / ROSSTAT. Moscow (In Rus).
- Fatkulin S.T., Grishchenko V.A. (2017). Prevention of illicit drug trafficking in the Chelyabinsk region. *Law and order: history, theory, practice*. No. 3 (14). P. 55-59 (In Rus).
- Healthcare in Russia (2017): Stat. comp. / ROSSTAT. Moscow (In Rus).
- Ivanova L.Y. (2015). Awareness of labor migrants from different regions on dangerous infectious diseases: HIV, STI, tuberculosis, hepatitis (on the materials of a survey of foreign workers in St. Petersburg). *Social aspects of public health*. No. 4 (In Rus).
- Kaprin A.D., Aleksandrova L.M., Starinsky V.V. (2017). Formation of the concept of a healthy lifestyle in Russia as a basis for the prevention of non-communicable diseases. *Research 'n Practical Medicine Journal*. No. 2 (In Rus).
- Kozhevnikov A.A. (2016). Sociological approach to the analysis of the state of the system of compulsory medical insurance and the prospects for its development. *Healthcare of the Russian Federation*. No. 4. P. 183-186 (In Rus).
- Kozlova O.A., Nifantova R.V., Makarova M.N. (2017). Methodological issues of assessing economic damage from the mortality of the population engaged in the economy of the region. *The Economy of the Region*. No. 2. P. 35-40 (In Rus).
- Nikiforova O.A., Veselov Y.V., Tsyunkaya Ts. Nutrition and health in the history of society. *Society: sociology, psychology, pedagogy*. No. 11. P. 41-45 (In Rus).
- Okulich A.I. (2017). The problem of discrimination of a person on the basis of positive status of HIV / AIDS. *Bulletin of SUSU. Series: Law*. No. 2. P. 93-97 (In Rus).
- Onishchenko G.G., Ezhlova E.B., Melnikova A.A., Dementieva L.A., Demina Y.V., Yanovsky G.V., Fedotova N.A., Ivanov G.E. (2013). Sanitary-epidemiological well-being of the children of the Russian Federation. *PF*. No. 2. P. 10-18 (In Rus).
- Pak T.I. (2017). Economic crises as a factor in the development of the demographic situation in Russian society. *Humanitarian of the South of Russia*. No. 6. P. 349-359 (In Rus).
- Pirogova I.A. (2017). The prevalence of HIV infection in Russia. *Vestnik SMUS74*. No. 4 (19). P. 45-49 (In Rus).
- Plotnikova Y.K., Ponotova L.V., Malov I.V. (2012). Modeling of sociological-epidemiological risk as a basis for effective management of territorial system of struggle and prevention of HIV / AIDS disease. *Sib. med. journal (Irkutsk)*. №1. P. 83-87 (In Rus).
- Tkhorikov B.A., Dakhova M.N. (2016). Prediction tools in the system of indicative management of social organizations. *Scientific bulletins of Belgorod State University. Series: The Economy. Computer science*. No. 16 (237). P. 38-48 (In Rus).
- Tolmacheva V.V. (2015). To the question of the formation of valeological knowledge in Russia. *Concept*. No. 17. P. 31-35 (In Rus).
- Viktorov A.S. (2017). Peculiarities of Modernization of Russian Society in the Context of Demographic Security and National Health. *Health and Education in the 21<sup>st</sup> Century*. No.7. P. 88-93 (In Rus).
- Zavyalov A.E., Levashov V.I. (2016). Health of Russians. Challenges and problems. *Interactive science*. No.8. P. 49-55 (In Rus).

СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ, ДУХОВНОЙ ЖИЗНИ

SOCIOLOGY OF CULTURE

---

## ■ ■ ■ Understanding as Basis of Intercultural Communication: psycholinguistic, ethnosociocultural aspects and educational solutions

James W. Hynes<sup>1</sup>, Katerina L. Kabakhidze<sup>2</sup>, Anastasia Y. Suvirova<sup>2</sup>

1. Sam Houston State University, Huntsville, Texas, USA.

2. Moscow City Teacher Training University (MCU), Moscow, Russia.

**Abstract.** The authors of the article analyze cross-cultural communication from the viewpoint of social philosophy defining invariant features of cross-cultural communication based on dialogue (Mikhail Bakhtin) and dialect nature of human communication. Theoretical description of the nature of cross-cultural communication is illustrated by live examples of the cultural conflicts borrowed from the history of the Russian diplomacy. Since the consciousness has the communicative nature, whereas cross-cultural understanding is rooted in neuropsychological aspects of cognition, antinomy of “sign-symbol”, the article depicts the mechanisms of speech production and speech perception divided between the strata of consciousness and cognition.

The paper underlines the hermeneutic essence of the intercultural dialogue, which is born through understanding between communicators on the conceptual and semantic level, although more importantly intercultural and civilization dimension in the context of the multipolar world, taking into account global tendencies in socio-economic, ethnocultural, political worldorder of the different countries around the world. Internalization of education, information and telecommunication technologies catalyze intercultural communication, as a result form knowledge society inhabited by ‘homoloquens’. Intensive intercultural contacts quite often give rise to cultural conflicts. The author categorizes this phenomenon by ranging the mistakes, insufficient understanding, embarrassments and conflicts of intercultural communication, reveals in-depth socio-cultural paradigm, axiological, world outlook and religious aspects that cause negative outcomes of intercultural contacts.

Understanding in intercultural dialogue is composed of ethnosociocultural context and psycholinguistic mechanisms of speech perception and speech production. The operational item of understanding is considered to be a code which has a symbolic nature. The article depicts the interconnection between symbol, code, act of communication, consciousness and national world view.

**Keywords:** understanding, cognition, intercultural dialogue, consciousness, symbol, national worldview, hermeneutics, ethnos, communication, information society, culture, globalization

*For citation:* Hynes J.W., Kabakhidze K.L., Suvirova A.Y. Understanding as Basis of Intercultural Communication: psycholinguistic, ethnosociocultural aspects and educational solutions. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.2. P. 52-59. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-2-52-59.

*Inf. about the authors:* James W. Hynes, PhD (Philos.), associate professor at the department of curriculum & instruction, director of the Center for International Education at Sam Houston State University; Ekaterina Lvovna Kabakhidze, Cand. Sc. (Philos.), head of laboratory of

international projects, MCU; Anastasiya Yurievna Suvirova, Cand. Sc. (Psy.), senior researcher at laboratory of international projects, MCU. Address: 129226, Moscow, Selskohozyajstvenny pr., 4. E-mail: kabakhidze@gmail.com.

*Received:* 16.03.2018. *Accepted:* 02.04.2018.

*To know another language and not his culture is a very good way to make a fluent fool of himself (W. Brembeck)*

Globalization has significantly diminished spatiotemporal boundaries of communication through modern means of IT technologies, transport and last but not least by the mobility of students and teaching staff and internalization of education in general, the latter resulting from globalization and simultaneously enhancing it.

Communication represented in the language and culture remains to be the main impediment of globalization. To overcome the language barrier, linguists have undertaken several attempts to create an artificial language like Esperanto but in the long run those attempts failed due to one circumstance – the language cannot exist without a culture and the nation it belongs to. “Language is unified spiritual energy of people” [Humboldt: 346-350]. Language serves not only for communication but most of all it serves as a provider for the world perception of one nation as a prerequisite of communication. The language is an outstanding mark of a nation (=Kennzeichen), it forms unique world outlook (=Weltbild) [Weisgerber]. Every language is a treasury of the people’s history, the main indicator of its uniqueness (D. Crystal).

On the other hand, language by itself cannot serve as a powerful unifying instrument to bring peoples and nations together (we know a lot of examples when homogeneous monolingual societies fell apart being torn by conflicts and wars).

This is why the problems and challenges of globalization cannot be solved with the help of the common language – a universe language for all the people of the world. We would like to try and show that understanding is the key to efficient intercultural dialogue, providing access to the ethnic mentality and true communication.

Communication, dialogue pave the everyday life of a human being, enable his existence in a society – Language is the house of Being (M. Heidegger). Postindustrial society on the verge of the XX century entered the era of “knowledge society”, which keeps accumulating, transforming and managing the information flows to improve the social institutes, conditions of living. In general, information plays the crucial role in the knowledge society.

An outstanding American writer and futurist John Naisbitt marked the importance of the transition to information society as a key transformation of the Western society and economics, whereas another American scientist – sociologist D. Bell when describing the major features of the information society, outlined such qualities as value and meaning as well as its role in formation of the scientific knowledge.

The nature of the communicative environment of the modern society is polycultural and multinational as a result of the global integration and interconnection between national economics, ethnos, cultures and policies of soft power applied by the

government of different countries in their foreign policies striving to have an impact on social as political affairs of other states through education and culture.

Preconditioned by the above-mentioned facts, communication becomes an ontological form of the modern society, whereas interlocutory (dialogue) and dialectical essence of intercultural communication become invariant characteristics of the global communication. The word “dialectic” was introduced in philosophy in the wake of the “Dialogues” by Plato, where their participants could defend different viewpoints pursuing the truth through an exchange of opinions, at the same time interlocutory appeared in the wake of works by M. Bakhtin who stated that this is a universal foundation for understanding between human beings as the dialogue penetrates through the life being of a person, all that has a sense and meaning...where the consciousness starts the dialogue begins [Bakhtin: 19].

To sum it up, dialogue and dialectic have become a philosophical ground for intercultural contacts in the XXI century, where an aspiration for understanding has become a basis for intercultural communication of the XXI century: “International relations have spread significantly, now to solve this or another international problem the majority of the countries have to be engaged”. It is much more difficult now to bring different opinions to one and the same denominator and it takes more time now. [Popov: 91]. Famous Russian diplomat underlines the necessity to include a number of states to solve global problems of ethnoculture, by meeting national mentalities and crush of stereotypes, clash of different languages and world pictures. Taking this into account the mechanism of understanding is becoming key condition of the successful intercultural dialogue.

Intensive external intercultural contacts may result in conflicts of cultures and diplomatic embarrassing situations as diplomacy is a field of negotiations, climax of interrelations of mentalities, value and culture attitude, world outlooks.

Intercultural mistakes can be regarded as situations where misunderstanding between the parties did not cause personal insult to a representative of another culture, that can be equated to the communication mistake.

Intercultural mistakes result from unawareness that behavioural models in different cultures are not equal, on the contrary “every culture has its unique set of rules, conventions, models of behavior, that reflect in general the set of values of the given society” [Molchanova: 12]. Such a phenomenon is called sociolinguistic relativity.

The history of civilizations knows a great deal of examples of intercultural conflicts that have had dreadful consequences along with intercultural pratfalls that ended up with conventional apologies or jokes.

The fundamental reason lies in the field of absence of understanding between the representative of different cultures, which can be a result of a) unawareness of sociocultural, ethnopsychological and other paradigms of other cultures; b) sociolinguistic and pragmatic transfer of the norms and rules from different cultures; c) rejection/abruption of the norms and rules, models of behavior and conventions of other cultures норм и правил, моделей поведения и конвенций другой культуры ( as a rule, this is typical of the situations where communication target is not being pursued)

d) linguistic barriers of communication preconditioned by insufficient knowledge of a foreign language, business etiquette of communication, improper use of the stylistic devices and others e) psycholinguistic and neuropsycholinguistic aspects of the coding and decoding of the speech message to/from foreign language.

As a result understanding in intercultural communication can be characterized by the two key aspects: psycholinguistic and ethnosociocultural.

It is important to notice the contingency, synergy of two concepts: understanding and cognition, the latter as a step to understanding, and to constitute the epistemological nature of understanding: "The initial form of spiritual needs in the ontogenetic development seems to be delivered in the functional necessity for self-orientation and cognitive activity, also in the need for external impressions, and never the material needs for food, clothing and shelter" [Ufimceva: 174]. Understanding is the reflection of higher spiritual need, at the same time it is possible to understand only those things that have been previously cognized and now are known to an individual, without the latter understanding cannot exist (even an emotional response in the soul can be caused only by those phenomena that were previously understood or experienced by the individual). According to Rene Descartes, the understanding is identified with cognition, intelligence, and thinking, and in its turn, implicitly includes what is now usually called consciousness. We can build the following chain of cognitive processes: perception (rational or irrational, i.e., feeling) – cognition – understanding – consciousness.

We have touched upon the ethnosociocultural characteristics of understanding above, now we will consider more psycholinguistic aspects of understanding.

According to R. Penrose, consciousness is continued in the intellect.

Operating unit of understanding is the code that has a symbolic nature: "Symbol is always something that we do not fully understand, but what we are as someone who understand, who exist" [Mamardashvili: 35]. Thus, from our point of view, the understanding and consciousness operate with one and the same instrument – symbol. The act of communication cannot take place if the message is not encoded (i.e. not transformed into symbol): "Code is a key concept in intercultural communication...a message should be coded, i.e., to be expressed by the code and decoded, i.e. be understood...thus the encoding in intercultural communication is the conversion of the first signal system to another by using the internal (the "language of thought") and external (verbal and non-verbal forms) codes. Cultural and language codes depend on the national picture of the world" [Molchanova: 71].

There are lots of great works about consciousness from the philosophical, psychological, socio-cultural points of view, in this article we will touch upon only two facts of consciousness: 1) consciousness is social by its nature (there are public and individual consciousness), it arose in the process of collective human existence, reflection of reality 2) consciousness has a communicative nature (as a consequence of socialization of the individual), which is reflected in the word consciousness (co-knowledge), i.e. a joint knowledge that can be passed to the recipient by means of words, signs, or other visual images, charts, gestures, facial expressions, etc. [Sedov: 138].

According to M.M. Bakhtin, “consciousness is developed and performed in symbols created in the process of social communication of organized team...Individual consciousness feeds on the signs, rooted in them, reflects their logics and regularity. National language is thus composed of ideal symbolic content of consciousness”.

By relying on the theories of speech production of prominent Russian and Soviet scientists, we will present a scheme of the verbal statement production in the conditions of intercultural dialogue.

1. Behind any verbal statement lies the idea or motive. Thus, the motive of the speech act is the starting point of the formation of thoughts. The motive lies outside of consciousness, according to K.F. Sedov, and appeals to both hemispheres. Of course, there are cases when the motive is quite conscious and is lying in a field of consciousness. But most often the motive is a result of subconscious activities, and in this case it is directly linked with the right hemisphere of the brain [Sedov: 114].

2. The primary stage of the formation of thought also includes the next stage – the formation of communicative intention, which is located in the right part of the brain. The communicant at this stage makes decisions such as willingness/unwillingness to communicate. We can claim with certain degree of probability, that at this stage the leading role belongs to the right hemisphere of the brain that is responsible for thinking processes, in this case, this is the stage where a decision about the emotional color of the future utterance, intonation and modality is made. At this stage the mind of the speaker defines for itself the aim of statement. It is most likely that here thought in the bright field of consciousness is transformed in understanding intention, i.e. the communicant, knowing his personal idea, encodes it in a particular sign system. This stage also takes place in the right hemisphere and here there are not any traces of the national language.

3. The next stage is the primary idea when the speaker already knows for what purpose he intends to say, which extra-linguistic features of discourse to involve, but does not know what he will say exactly. Here a coherent semantic model of the utterance is formed, the semantic content of the utterance is formalized. This stage is a line between thought and word. Future speech here is encoded in the form of diagrams, signs, sensations, images.

4. The next step is verbalization of the idea. It is here where the language of sense shaped in images, diagrams, signs is translated into specific national language – the language of values, understandable for the recipient. One should say that the whole scheme of speech production is a race where the real war is between personal meaning and the conventional meaning. Verbalized statement construction at this stage consists of phrases' parts, carrying core sense of key concepts, i.e. a communicative core of future statement is formed. This stage has reference with internal speech of L.S. Vygotsky.

5. At the subsequent stages occurs the unfolding of the communicative semantic core into speech utterance: the thought is reborn in the word. It is reborn, formed, it does not transit ready-made.

6. The grammatical construction of the phrase begins with the syntax. Internal words-images find their place in the syntax of the national language. If on the 4<sup>th</sup>

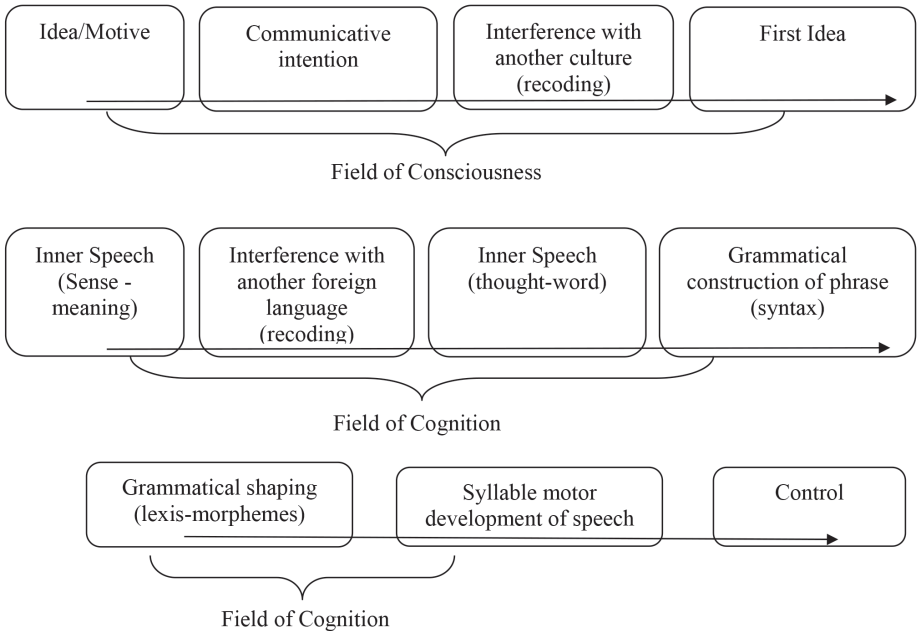
stage the right hemisphere's grammar was used, here left-hemisphere's grammar is involved, by means of which sense becomes the meaning, here appear the syntax and lexical variation.

7. Next such grammatical categories as the vocabulary and morphemes are used.

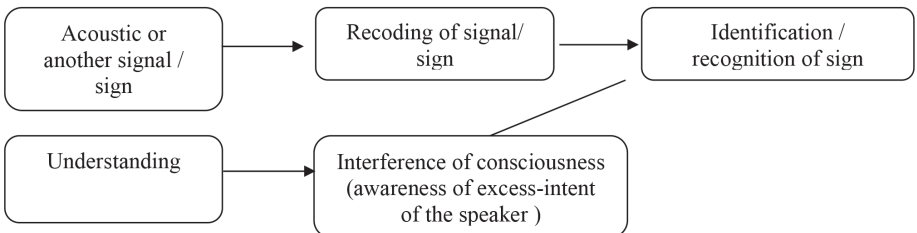
8. As a result, there goes syllable motor development of speech carried out by the left hemisphere of the brain.

9. As a final part of this long chain of speech development is control over semantic and formal sides of discourse. This function is divided between the left and right hemispheres where the left is responsible for the formal-grammatical design of the discourse, and the right – for the semantic content.

Thus, the path from thought to word is a transformation of the sensory image into disembodied thought, and undifferentiated word – into dismembered sentence with subject-object structure. In this way the unconscious becomes conscious.



**Scheme 1.** Scheme of Speech Production (производство речи)



**Scheme 1.** Scheme of Speech Perception (восприятие речи)

Understanding, most probably, is the form of existence of the individual in the social world: “And since human is conceived as ... free being, the interaction with their own kind is built not according to the principle of “stimulus-reaction”, but the principle of “addressing-understanding”. Therefore, human interaction becomes communication” [Ufimceva: 19]. Thus, understanding is primary in relation to communication. Human as being a “social animal” with the natural intention to understand themselves and the world, faced the need to create a language, where understanding, by contrast, has pre-language basis.

## References

- Averincev S.S., Davydov Y.N., Turbin V.N. et al. (1992). M.M. Bakhtin as a Philosopher. Coll. Papers Inst. of Philos. RAS. M.: Nauka (in Rus).
- Bakhtin M.M. (1979). Aesthetics of verbal creativity. M.: Hudozhestvennaya Literatura (in Rus).
- Bell D. (1973). The Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting. N.Y., Basic Books, Inc.
- Man yesterday and today. (2014). Interdisciplinary research papers, RAS Inst. of Philos, Issue 8 / ed. M.S. Kiseleva. M.: IFRAN. P. 18-29.
- Humboldt V. (1985). Language and Philosophy of Culture. M.: Academic prospect. P.346 – 350 (in Rus).
- Mamardashvili M.K. (2011). Soznanie I civilizaciya. SPb.: Azbuka, Azbuka-Attikus (in Rus).
- Molchanova G.G. (2014). Cognitive polycode intercultural communication: verbal and non-verbal. M.: OLMA Media Grupp (in Rus).
- Popov V.I. (2016). Modern diplomacy: theory and practice. Diplomacy – Science and Art: lectures. 2<sup>nd</sup> ed. M.: International Relations (in Rus).
- Sedov K.F. (2009). Neuropsycholinguistics. M.: Labirint (in Rus).
- Ufimceva N.V. (2011). The linguistic consciousness: dynamics and variability. M.: RAS. – (in Rus.).
- Weisgerber I. (2009). Native Language and Spirit Formation. M.: Lobrikom (in Rus).

## ■ ■ ■ Понимание как основа межкультурной коммуникации: психолингвистические, этносоциокультурные аспекты и образовательные решения

**Хайнс Д.<sup>1</sup>, Кабахидзе Е.А.<sup>2</sup>, Сувилова А.Ю.<sup>2</sup>**

1. Государственный университет имени Сэма Хьюстона, Хантсвилл (Техас), Соединенные Штаты Америки.
2. Московский городской педагогический университет, Москва, Российская Федерация.

**Аннотация.** Авторы статьи анализируют межкультурное общение с точки зрения социальной философии, определяя инвариантные черты межкультурной коммуникации на основе диалога (Михаил Бахтин) и диалектной природы человеческого общения. Теоретическое описание характера межкультурного общения иллюстрируется живыми примерами культурных конфликтов, заимствованных из истории России.

ской дипломатии. Поскольку сознание носит коммуникативный характер, тогда как кросс-культурное понимание уходит корнями в нейропсихологические аспекты познания, антиномию “знака-символа”, в статье показаны механизмы воспроизведения и восприятия речи, находящиеся между сознанием и познанием.

В статье подчеркивается герменевтическая сущность межкультурного диалога, порождаемая пониманием между коммуникаторами концептуально-семантического уровня, хотя более важно межкультурное и цивилизационное измерение в контексте многополярного мира с учетом глобальных тенденций в социально-экономическом, этнокультурном, политическом устройстве в разных странах мира. Интернационализация образовательных, информационных и телекоммуникационных технологий стимулирует межкультурную коммуникацию, что в результате формирует общество знаний, в котором живут “люди говорящие” (*homo loquens*). Интенсивные межкультурные контакты нередко порождают культурные конфликты. Автор классифицирует это явление, варьируя ошибки, недостаточное понимание, смещение и конфликты межкультурной коммуникации, раскрывает социокультурную парадигму, аксиологические, мировоззренческие и религиозные аспекты, которые вызывают негативные последствия межкультурных контактов.

Понимание в межкультурном диалоге состоит из этносоциокультурного контекста и психолингвистических механизмов воспроизведения и восприятия речи. Рабочий элемент понимания считается кодом, который носит символический характер. В статье изображена взаимосвязь между символом, кодом, актом коммуникации, сознанием и национальным мировоззрением.

**Ключевые слова:** понимание, познание, межкультурный диалог, сознание, символ, национальное мировоззрение, герменевтика, этнос, коммуникация, информационное общество, культура, глобализация

*Для цитирования:* Хайнс Д., Кабахидзе Е.А., Сувилова А.Ю. Понимание как основа межкультурной коммуникации: психолингвистические, этносоциокультурные аспекты и образовательные решения // Коммуникология. 2018. Том 6. №2. С. 52-59. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-2-52-59.

*Сведения об авторах:* Джеймс Хайнс, доцент кафедры учебных программ и методики преподавания, директор центра международного образования Государственного университета имени Сэма Хьюстона; Екатерина Львовна Кабахидзе, к. филос. н., заведующая лабораторией международных проектов, Московский городской педагогический университет; Сувилова Анастасия Юрьевна, к. п. н., старший научный сотрудник лаборатории международных проектов, Московский городской педагогический университет. Адрес: 129226, г. Москва, 2-й Сельскохозяйственный пр, д. 4. E-mail: kabakhidze@gmail.com.

*Статья поступила в редакцию:* 16.03.2018. *Принята к печати:* 02.04.2018.

## ■ ■ ■ Коммуникативные практики мигрантов: социокультурные технологии формирования имиджа молодежи

**Гостенина В.И., Качалков А.Ю.**

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, Брянск, Российская Федерация.

**Аннотация.** Статья посвящена актуальной теме, связанной с социологическим анализом коммуникативных практик и этнокода коммуникации мигрантов и технологии формирования этнического имиджа молодежи в условиях коммуникативного пространства принимающего общества, особенно в связи с захлестнувшим европейские государства потоком мигрантов.

Классическое понимание дефиниции «социальность» и влияние на современное представление об этническом взаимодействии в молодежной среде через призму коммуникологии рассматривается достаточно редко, что вносит в исследование объекта в предметном поле социологии управления определенную актуальность. Исследование этнического имиджа в описанном предметном поле позволяет проанализировать объект на междисциплинарном уровне с применением методов дискурс – анализа, а так же охарактеризовать критический дискурс, возникающий между сообществами этномигрантов и принимающим обществом. Особое внимание уделяется коммуникативному коду мигрантов в трудовой сфере, акцентируется внимание на отличительных характеристиках релевантных коммуникативных зонах и ценностном измерении позиционирования мигранта как «человека – статиста», коммуникативно – статусное пространство которого направлено на контроль профессионально – деятельностного ряда и главных ценностных ориентиров формирования этнического имиджа в принимающем обществе.

При анализе структуры этнического имиджа уточняется категориальный аппарат исследования, моделируется имидж в коммуникативном пространстве принимающего общества с позиций статусно – ролевых функций в трудовой сфере и выявляется механизм взаимодействия и взаимовлияния коммуникативных кодов мигрантов и принимающего общества, определяя, таким образом, возможные эффективные методы исследования и регулирования этнических проблем общества.

**Ключевые слова:** этнический имидж, этнокод коммуникации, социальность, критический дискурс, этносоциальная идентичность, идиостиль

*Для цитирования:* Гостенина В.И., Качалков А.Ю. Коммуникативные практики мигрантов: социокультурные технологии формирования имиджа молодежи // Коммуникология. 2018. Том 6. №2. С. 60-72. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-2-60-72.

*Сведения об авторах:* Валентина Ивановна Гостенина, доктор социологических наук, профессор, и.о. зав. кафедрой социологии и социальной работы. Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского; Александр Юрьевич Качалков, аспирант, Брянский государственный университет имени ака-

демика И.Г. Петровского. Адрес: 241036, г. Брянск, ул. Бежицкая, 14, каб. 213.  
E-mail: v.gostenina@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию: 11.04.2018. Принята к печати: 19.04.2018.

## **Неотчужденная социальность: этническое обоснование имиджа**

Этнический имидж – это редко разрабатываемая в социологии управления проблема. Отсутствует аналитическая категоризация понятий «этнический имидж», «этнокод коммуникации», как и в целом, взаимосвязь понятия «неотчужденная социальность» в эмпирических исследованиях этнических проблем и недостаточная аргументация важности явления в международной миграции, значение межкультурного этнического дискурса в современном мире. Формирование и выражение этнического имиджа в практике общественных отношений происходят из идеи права нации на собственную государственность, которая носила антифеодальный характер и обосновывалась Ж.Ж. Руссо.

В теории отчуждения Ж-Ж Руссо, Гегель определяют единицей анализа родовой сущности человека неотчужденную социальность и, если, в идеальном типе человеческого общества цели – это достижение гармоничного общежития, то в реальной жизни, в сравнительном анализе ряда ученых, в том числе Ж.Т. Тощенко [Тощенко: 144], отмечается наличие конкуренции. В конкурентном обществе взаимодействие индивидов выстраивается на основе классического видения отчуждения как процесса, при котором от людей отчуждаются материальные результаты их деятельности; результаты труда приобретают относительную самостоятельность и даже более того начинают господствовать над породившими их людьми, преобразуя человека в средство общественного развития. Неотчужденная социальность, которая прикрепляется к человеку подобно имиджу, имеет виртуальное значение и подтверждает дуальность социального, которую в определенной мере разделял К. Маркс.

«Имидж – знаковый заменитель личности, общественно – политической организации, компании т.д., сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа..., это репутация, престиж, лицо организации, находящие свое проявление в качестве товаров и услуг, в доверии населения – это то, как видят нас другие, представительный образ кого – либо в концентрированной форме задает суть человека или организации» [Шарков, Гостенина: 335].

Неотчужденная социальность как сформированный этнический имидж мигрантов в анклавах территорий принимающего общества основан на различии социокультурных ориентаций и во многом опирается на классическое наследие по проблемам этнического Э. Дюркгейма, М. Вебера [Дюркгейм; Вебер]. Имидж как виртуальный знак неотчужденной социальности детерминирует индивидуальную реальность субъекта, которая в значительной мере, говоря современным языком, определяет позиционирование индивида.

Нельзя не упомянуть из классики идей теоретические положения М. Вебера о нации как социально важном явлении хранения и развития специфической

культурной идентификации: физический тип, общая религия, общий язык, духовные традиции. Для конструирования этнического имиджа как знака общности недостаточно лишь указанных характеристик, а требуются часто политические и зачастую военные действия. В этой связи М. Вебер определяет нацию как этническую общность, стремящуюся к созданию собственного государства, поскольку оно сохраняет ее уникальные культурные ценности и формирует пока еще размытую по своей дефиниции «культурную идентичность». Такой подход еще в большей степени, чем у Э. Дюркгейма, переносит акцент в понимании природы и механизмов формирования и функционирования отличительных черт этноса на культурные идентификации, нежели на экономические и другие.

Э. Дюркгейм обращается к анализу этноса в связи с проблемой коллективного сознания и природы «механической солидарности» [Кравченко]. В результате действия таких «механических» причин солидарности как кровное родство, проживание на одной территории, наследственная религия, общность обычаев и национальных традиций, появляется чувство солидарности, или общности, которое в современных условиях ослабляется разделением труда, секуляризацией и урбанизацией, но никогда не исчезнет полностью. Напротив, при определенных обстоятельствах идентичность укрепляет сложившиеся коллективные символы, ритуалы и идеалы, вызывает у людей сильное стремление ощущать себя членами национальных групп и элит.

С точки зрения эмпирического подхода к анализу проблемы заслуживает внимания концепция Э. Смита и Э. Геллнера, получившая на Западе широкое распространение. Авторы рассматривают этничность как выражение новых форм социальности<sup>1</sup> – стремление придерживаться объективных факторов, определяющих общность нации: история, язык, общая территория. Специфика этой новой организации социальности обусловлена ориентирами приобщения человека к соответствующей культуре как жизненной среде, в которой он только и может существовать, и действовать. В определенных условиях это ведет к национализму. Между тем в действительности национализм выражает специфическое отношение между этносами, такое при котором запросы одного этноса по воспроизводству и укреплению своих традиций и ценностей принимают форму экспансии, настойчивого навязывания их другому этносу, воспринимаясь, поэтому последним, как ущемление его собственных этнокультурных устремлений, требующих в этой связи своей защиты. Наблюдения показывают, что начало этническому конфликту кладет глубоко переживаемая и отчетливо осознаваемая индивидом или группой ущемленность своего положения и достояний этнической общности, побуждая активные силы нации к устранению препятствий в этнокультурном самоопределении. Настойчивость и целеустремленность в действиях противопоставления

<sup>1</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга 1 / Под ред. академика РАН М.К. Горшкова, С. 199. Социологический срез основан на объеме выборочной совокупности 4000 респондентов, репрезентирующих взрослое население страны в возрасте 18 лет и старше, в разбивке по возрастным кагортам. Структура районирования – два мегаполиса и 19 субъектов РФ.

себя другим провоцируют неуправляемый взрыв национальных эмоций, провоцирует разрушительные последствия. Основу антитезы «мы – они» составляют ярко выраженные, прежде всего внешние признаки: иная внешность, черты лица, темперамент, или совокупность социокультурных и религиозных признаков: язык, обычаи, культура, праздники, обряды, уклад экономики.

В условиях возникновения ситуации угрозы, дестабилизации, развитие национального самосознания может пойти по пути собственной абсолютизации и сверхценности. В такой ситуации возникает национализм – гипертрофированное, искаженное нетерпимостью, извращенное выражением национального чувства осознание принадлежности отдельных людей и групп населения к одной нации. В. Соловьев считал, что национализм идентичен эгоизму для индивида.

В конце XIX начале XX веков возникли концепции этноса, в соответствии с которыми нации должны пониматься не как объединение людей, живущих на одной территории, а как личный персональный союз, оформленный юридически в качестве экстерриториальной коллективной единицы.

Теоретические подходы к анализу этнической идентичности и этничности обозначены примордиалистским (Ю.В. Бромлей, Ван ден Берге, К. Гиртц, Л.Н. Гумилев и др.) и конструктивистско-инструменталистским (Ф. Барт, Б. Андерсон, В.М. Воронков, Э. Геллнер, В.С. Малахов, В.А. Тишков, С.В. Соколовский, Э. Хобсбаум и др.) толкованием.

Этносоциальные категории анализируются с феноменологических и социокультурных позиций, а характер функционирования категоризационных структур в обществе – с конструктивистских.

В США сложился другой центр теории этноса – образ этнического котла, на основании которого Р. Парк делает вывод об ассимиляции как итоговой фазе развития межэтнических и расовых отношений. Именно в эти годы термин «этничность», «этническая группа» приобретает широкое распространение.

Подробное определение дефиниции формулирует М. Неш: «Этничность проявляется в трех формах: самоназвании, наборе культурных элементов, включающих систему родства, особенностях питания и религии» [Nash: 12].

В целом в разработке проблемы этноса можно выделить три этапа:

Первый связан с естественно-исторической трактовкой его происхождения, второй – с акцентом на доминировании в его составе социального элемента, третий – с субъективностью сущности такого рода общностей. Если в рамках первого этническое представляется как самодостаточное, объективное и фундаментальное для социального, третий подход концентрируется на сущностных характеристиках взаимодействия этнических групп. На втором подходе остановимся подробнее ниже.

В настоящее время все три подхода сосуществуют. Подавляющее большинство отечественных специалистов: Л.Н. Гумилев, Ю.В. Бромлей, В.А. Тишков, С.А. Арутянов, Л.М. Дробижева [Дробижева], отмечают, что причина этого таится в самом объекте анализа. Практически невозможно выделить четкие и универсальные критерии этнической классификации.

В современной социологической теории особое место занимает второй подход к исследованию этнического. Этничность признается продуктом среды и социального выбора и результатом символически-дискурсного взаимодействия.

Особую роль в исследовании коммуникативного кода мигрантов играют оценочные модели и стигмы, подогнанные под молодежные стереотипы, распространяющиеся в обществе стихийно – в отрыве от этнокультурного контекста и опыта социального взаимодействия с этнически иным. Символически опосредованная социальность и устойчивые модели этновзаимодействия приводят к повседневным контактам и умалчиваемой интерпретации дискурсов в сенсорном значении основанных на этносоциальных оценках и стереотипах. Стигматизация обеспечивает переход индивидульных характеристик к коллективным, запуская механизм этнической самоидентификации. По мнению Ван Дейка «производство этносоциальной идентичности связано с воссозданием когнитивных моделей этнических моделей ситуаций, репрезентируя определенный дискурс» [Ван Дейк].

Анализ критического дискурса через анализ моделей взаимодействия «мы-образов» и «они-образов» описывается в рамках научной школы В.А. Ядова, (Т. Баранова, Е. Данилова, О. Дудченко, С. Климова, А. Мытиль, О. Оберемко) о категоризации этносоциальной идентичности, на которые мы опирались при исследовании критического дискурса различных этносов с последующей оценкой миграционных процессов [Гостенина; Качалков].

### **Коммуникативные основания идентификации этномигрантов**

Актуальность выявления и анализ причин этнических ценностей в молодежной среде обусловлена коммуникативными особенностями и обстоятельствами их проявления, поведением самой молодежи, с одной стороны и стремлением молодого поколения к решительному обновлению форм и способов жизнедеятельности – с другой [Тощенко]. Молодое поколение изначально обладает специфическими чертами мышления и поведения (максимализм и нигилизм, радикализм и нетерпимость, безоглядность и непримиримость, мировоззренческая неустойчивость и неудачи в поиске самоидентичности), которые при определенных условиях и целенаправленной деятельности зачастую приводят молодежь в ряды экстремистов. Проблемы формирования этнического имиджа молодежи в России социологически не исследована, нет систематизации причин распространения этнического экстремизма и ксенофобии, не представлен анализ имиджевых моделей позиционирования молодых людей в социуме. Вот почему исследование этих явлений в молодежной среде является особенно актуальным.

Этнический имидж молодежи обусловлен ценностными ориентациями и на основании этого его проблематика – это важный фактор изучения мотивации деятельности. Имидж во многом детерминирует позиционирование человека в обществе, специфику восприятия индивидом окружающей действительности. Система ценностей – одна из основополагающих составляющих социокультур-

ной социализации молодежи. Этническое самосознание помогает лучше ориентироваться в урбанизированном мире. Через этничность реализуется социальная комфортность индивида и устанавливаются связи с общностью для достижения определенных социальных заказов.

Социальный заказ на мирное сосуществование в условиях этнокультурного плюрализма нашей страны определяет важность этнического самосознания, «меру этнической и государственно – гражданской солидарности и межэтнической толерантности» [Российское общество...: 198-199]. Так, в исследованиях института социологии РАН (Российское общество...) приведен анализ аффилиативной составляющей идентичности при определении ответов на вопросы: «В какой степени Вы ощущаете чувство единства с людьми своей национальности? и силу установления этой связи?». Установлено, что ощущают эту близость в значительной степени, 27% русских и 38% людей других национальностей. 50% среди русских и 45% среди инациональных россиян – ощущают связь с людьми своей национальности в «некоторой степени».

**Таблица 1.** «Мы – идентификации» русских и инациональных россиян, % респондентов, называющих чувство близости к тому или иному сообществу<sup>1</sup> / “We are the identification” of Russian and other nationalities of Russia, % of respondents calling a sense of closeness to different communities” (as in: Russian society and the challenges of time. Ed. S. Gorshkov. P. 199. Sociological section is based on the volume of a sample of 4000 respondents representing the adult population of the country aged 18 years and over, broken down by age cohorts. The structure of zoning is two megalopolises and 19 subjects of the Russian Federation)

Ощущают близость, единство...	Русские			Нерусские		
	В значительной степени	В некоторой степени	Не ощущают	В значительной степени	В некоторой степени	Не ощущают
С людьми своей национальности	27	50	15	38	45	8
С земляками	34	45	13	49	32	10
С людьми своей веры	24	45	17	42	3	9
С европейцами	7	28	47	10	26	40

Вместе с ростом этнического самосознания формируется этнический имидж, в основе которого находится реальные «мы идентификации» на основе чувства близости с людьми одной национальности, с земляками, с людьми своей веры. Как видим из приведенных данных, россияне, как и группы других этносов, населяющие Россию, лишь в некоторой степени ощущают чувство близости с европейцами. Меж тем три первых положения составляют основу формирования этнического имиджа, особенно в молодежной среде.

<sup>1</sup> Российское общество и вызовы времени. Книга 1 / Под ред. академика РАН М.К.Горшкова, С. 199. Социологический срез основан на объеме выборочной совокупности 4000 респондентов, репрезентирующих взрослое население страны в возрасте 18 лет и старше, в разбивке по возрастным когортам. Структура районирования – два мегаполиса и 19 субъектов РФ.

Технологии формирования этнического имиджа, или представления человека социальному окружению начинаются в процессе коммуникации. Коммуникативный код представления личности окружающему миру определен межкультурными традициями и формами взаимодействия групп мигрантов и принимающего общества. Именно коммуникативные имиджевые технологии представляются наименее исследованной частью основополагающего принципа толерантного общества «разные, но равные», которые складываются между меньшинством и этническим большинством принимающего общества.

Коммуникативное выражение имиджа очерчивает контуры классической концепции социальной стратификации в том или ином коммуникативно-ситуационном контексте, отражает реалии сложного общества, которое предписывает участникам общения определенные типы поведения. Реализация коммуникативного поведения обусловлена этническими характеристиками коммуникантов, побочными эффектами, признаками которого признаются рационально-прагматические отношения.

Первым условием этих отношений представляется вычленение статусно-релевантные зоны поведения, в том числе неречевое, подчеркивающее принадлежность говорящего к той или иной группе общества, статусные стигмы, которые являются показателем принадлежности говорящего к определенной этнической группе и предполагаемому статусу. Указанные характеристики, таким образом, оформляют коммуникативный код мигрантов как отражение имиджа и социального статуса. Вместе с тем, коммуникативное взаимодействие и идиостиль мигрантов отражают окрашенность коммуникации этническими особенностями данной группы. Коммуникативное пространство формирует вербальные стереотипы мышления и стиль общения, вписывая мигрантов в культуру «своего» этноса, равно как и в повседневный быт и практику общения, принуждает их включать в собственный коммуникативный имидж коды принимающего общества. Вместе с тем целостность коммуникативного пространства социальной общности принимающего общества испытывает неудобства от внешних воздействий на свою культуру, детерминируя этническую конфликтогенность. Происходящая в таких условиях вербальная кодификация коммуникационного процесса, означает восприятие, классификацию и оценку характеристик этносубъекта на основе определенных национальных представлений и трудовых практик [Дмитриев; Тощенко].

Труд мигрантов российского общества в основном реализуются в сфере предоставления услуг, характеризуется кратким лексическим запасом и специфическим идиостилем, складывающимся в условиях дефицита информации, на основе общения личного опыта и представлений, сформированных в среде этномигрантов.

Коммуникативный код мигранта характеризуется упрощенными коммуникативными технологиями, которые демпинг в сфере услуг и на рынке трудовых ресурсов снижает заработную плату местных работников; осложняет ситуацию на рынке рабочей силы. Усиление конкуренции за рабочие места, массовый приток мигрантов провоцирует рост безработицы, массовые экономические (незаконные финансовые операции, контрабанда) и уголовные правонарушения, кото-

рые приводят к негативному отношению местных жителей к мигрантам в целом. Большие скопления мигрантов пытаются навязать свою собственную культуру, категорически отрицая взгляды принимающей страны, как это видно на примере Евросоюза. Как следствие, это приводит к межэтническим конфликтам. Имидж и в аспекте «нелегалов» дополняются тем, что приехавшие, пользуясь местной инфраструктурой, не уплачивают государству налоги, что дополнительным бременем ложится на плечи коренного населения.

Указанные факты приводят к негативному отношению различных групп населения к трудовым мигрантам (82%, источник 8), фиксируют наполненность массмедиа негативной информацией о неправомерном поведении иностранных работников.

Указанные статусно-релевантные зоны поведения обусловили выбор говорящим мигрантом соответствующих способов их выражения: социально- психологическая дистанция, неравенство в статусе участников общения.

Мигранты, иммигранты и беженцы образуют анклав, внутри которых еще сохраняется этнический имидж, однако в среде принимающего социума идиостиль общения и коммуникативные коды запрограммированы на вежливо- официальное общение в профессиональном обслуживании, без продолжения коммуникации в более широком социально-информационном и статусном поле. Такое общение не связано со специфической культурной идентификации. Мигрант – работник преобразуется в «человека – статиста» [Кравченко].

Коммуникативная практика «человека статиста» сродни практике мигранта, в поле зрения которого доминирует примитивное использование интернет сети в ограниченном социально-медийном пространстве, Сокращение нормативной определенности в коммуникативном поле мигрантов приводит к изменению социальных форм делового общения, лишенных «сущностного контента». Социальная форма общения вписывается в «нормальную аномии» (Кравченко С.А.) и приводит к дегуманизации социального взаимодействия. Вокруг мигрантов возникает ценностно-нормативный вакуум, сохранение локально-национального пространства приводит к образованию этнокода, основанного на ограниченных принципах разнообразия, ценностно-культурный смысл делового общения подменяется тотальной симуляцией, культурным нивелированием, что преобразует культурный коммуникативный код мигрантов в норму социальной жизни.

Выбор конкретных взаимодополняющих друг друга штампов и средств коммуникации в совокупности составляющих коммуникативный код мигранта предписывает участникам общения разностатусный идиостиль, семантику коммуникации, обусловленных ситуативным контекстом и этнической субкультурой взаимодействия. Преобладание эмоциональности, субъективности, более развитых языковых особенностей присутствуют в речевом поведении как «социальное» в рамках собственной этногруппы. Проявляются только в социуме позиционирования этномигрантов, в котором они реализует свои социальные роли: «... в процессе социализации человек приобретает определенную позицию в обществе в соответствии с его уровнем образования, профессией, возрастом, индивидуальными особенностями, т.е. получают социальный (присваиваемый) ста-

тус. Согласно социальному статусу, человеку атрибутируются права и обязанности, а также вытекающий отсюда комплекс стандартных ожиданий, обуславливающих социальную роль в конкретной ситуации общения» [Шарков, Гостенина].

Социальный статус подтверждается идиостилем, выполняемой социальной ролью и выбором стиля общения, который зависит от его позиционирования в социально-статусном пространстве.

Анализ разговоров и рассказов о коммуникативных контактах мигрантов, приводит к уточнению социально-языковых ситуаций и их общая репрезентация, формируют имидж и представление о представителях иной этничности. Приобретение, «использование» или восприятие этнических предубеждений, а, следовательно, их когнитивной организации и стратегическое управление находятся в функциональной зависимости от взаимодействий этнических групп в социальной среде. Социальные установки представляют убеждения или мнения, бытующие в социуме. Фреймы, установки и сценарии в коммуникативном поле обладают схематической организацией, распространяются в «социальной памяти» и преобразуются в социальные установки мигрантов как реперные точки, разделяемых внутри этнических общественных предубеждений.

Предубеждения, по мнению Ван Дейка [Ван Дейк], объясняются не только через когнитивные репрезентации (схематические структуры, категории и собственно содержание вербальных и невербальных посланий) установок и коммуникативных моделей, но и через ситуации реального использования информации в речевых штампах или иных формальных каналах взаимодействий в социальной среде. С помощью некоторого фиксированного числа базовых категорий этнические установки организуются в коммуникативные схемы и модели, которые играют важную роль при пополнении этнокода коммуникации.

Наша гипотеза заключается в том, что лексические коды мигрантов отражают не только возникновение или появление этнических групп и их членов в принимающем обществе, но и социоэкономическое положение, социокультурные характеристики представителей групп и приписываемые последним личностные свойства, но и передают информацию о статусном позиционировании группы, а, следовательно, способствуют воспроизводству этносоциальной идентичности.

Таким образом, наряду с этнокоммуникативным кодом понимания взаимодействия этномигрантов и принимающего общества в формирование имиджа вкрапляются интерпретативные механизмы этнокода, заложенные в символических формах воспроизводства коммуникативного имиджа как идентичности, формируемых в дискурсивном взаимодействии повседневного и информационного пространства. В данном контексте всегда присутствует дискурс-анализ сценариев взаимодействия и взаимной трансформации субъектов этногруппы и групп принимающего общества.

Дискурс-анализ в таком контексте заключается в понимании того, что коммуникативный код конструирует смысл социально-этнического когнитивного фона, как пространства субкультуры этноса, осуществляемой с помощью языка и знания. М. Фуко [Фуко] определяет это пространство дискурсивным полем

с определенными правилами, условиями и возможностями соединения информации в целостном пространстве коммуникации этномигрантов.

Коммуникативный код включает характерные черты субкультуры мигранта: повышенная тревожность, низкий уровень информированности о традиционных ценностях, превалирование ценностей материального характера над демократическими. Высокий потенциальный риск трудового процесса приводит к росту теневой (нелегальной) миграции, что в определенной степени формирует общий имидж мигранта.

### Моделирование имиджа мигранта

Авторам удалось смоделировать имидж мигранта, с учетом влияния на его формирование явных и латентных факторов взаимодействия групп мигрантов и принимающего общества, которые в первом случае обозначены «...набором действий по формированию положительного этнического образа субъекта» [Барков]. Имидж мигранта определяют коммуникативные технологии и статусно-ролевое позиционирование [Качалков].

Следует учесть, что имидж связан с исследованием обширного числа эндогенных факторов, например, таких как: дисбаланс интересов главных агентов рынка труда: работодателей и наемных работников; реализация механизма взаимовыгодных конвенциональных соглашений; установление социального порядка компенсирующего типа, регулируемого государством.

Научно-теоретическое обоснование понятия «имидж» рассматривается в рамках символического интеракционизма (Дж. Мид, Г. Блюмер, Э. Гофман); феноменологической социологии (П. Бергер, Т. Лукман), концепций критики общества потребления и консьюмеризма (У. Бек, Ж. Бодрийяр, Х. Диттмар, Ц. Лури). Много исследований посвящено индивидуальному имиджу (Л.И. Аверченко, И. Алехина, Н.Г. Бондарь, Л.Ю. Донская, В.М. Шепель, И.А. Федоров); политическому имиджу (С.А. Белановский, В.И. Зырянов, Т.Ю. Лебедева, Г.Г. Почепцов, В.В. Степаненков).

Формирование имиджа этносубъектов происходит в процессе трудовой деятельности на рынок труда и занятости и может быть представлено моделью, состоящей из трех основных компонентов (таблица 2).

**Таблица 2.** Моделирование имиджа этномигранта / Modeling the image of ethnomigrants

Компоненты модели		
Коммуникативно-культурная идентичность	Трудовой опыт в принимающем обществе и социально-трудовая идентичность	Статусное-ролевое позиционирование и имидж этномигранта
Коммуникативные технологии с умалчиваемой символически опосредованной интерпретацией дискурсов этноидентичности	Ориентация на этническую социальность и антитезу «мы – они», фиксирует алгоритм профессиональной деятельности «человека статиста»	Вычленение статусно-релевантных зон поведения обозначается статусными маркерами как показателями принадлежности к определенной этнической группе и предполагаемому статусу

Окончание табл. 2

<b>Компоненты модели</b>		
<b>Коммуникативно-культурная идентичность</b>	<b>Трудовой опыт в принимающем обществе и социально-трудовая идентичность</b>	<b>Статусное-ролевое позиционирование и имидж этномигранта</b>
Этническая окрашенность коммуникации и идиостилия особенностями данной группы	Формы делового общения вписываются в «нормальную аномии» (Кравченко С.А.) и формируют дегуманизацию социального взаимодействия, или ценностно-нормативный вакуум, с ограниченными принципами разнообразия. Ценностно-культурный смысл делового общения подменяется симулякрами. Культурно-деятельностный код трансформируется в норму социально-трудовой жизни	Происходит установка на опосредованную социальность и стигмативные модели этно-взаимодействия
Вербальные стереотипы и стиль общения мигрантов проникает в культуру «принимающего» этноса, принуждая общество, включать коммуникативный код мигранта в коды принимающего общества	Преобразование преубеждений, когнитивных репрезентаций деловых коммуникаций через ситуации реального использования информации в каналах взаимодействия в этнические установки и модели, которые играют важную роль при пополнении этно-трудового поведения мигранта	Коммуникативный код понимания взаимодействия этномигрантов и принимающего общества преобразуются в символические формы воспроизводства имиджа в информационно коммуникативном пространстве

## Источники

Барков Ф.А. (2013). Методология исследования взаимодействия дискурса об этнической идентичности и констатация сообщений СМИ // *Вестник МГИМО (Университет)*. 2013. №1(28). С. 205-208.

Вебер М. (2016). Хозяйство и общество. М.: Высшая школа экономики.

Ван Дейк Т.А. (2000). Когнитивные модели этнических ситуаций. Пер. с англ. Г.Е. Крейдлина // Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск, 2000. С. 161-190;

Ван Дейк Т.А. (2009). Дискурс и доминирование // *Современный дискурс-анализ*. № 1. Т. 1 [эл. ресурс]: <http://www.discourse analysis. org/>.

Варганова О.Ф. (2015). Образ трудового мигранта в федеральных и региональных СМИ (по результатам контент-анализа) // *Социологическая наука и социальная практика*. №3. С. 81-93.

Гостенина В.И. (2013). Социолингвистические коды субъекта власти в политических контентх и в массмедиа // *Коммуникология*. Т.2. №2. С. 93-102.

Гостенина В.И. (2016). Критический дискурс коммуникативный код управления качеством жизни россиян // *Коммуникология*. Т.4. №1. С. 96-105.

Дюркгейм Э. (1995). Ценностные и «реальные суждения» // Э. Дюркгейм. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. М.: Канон.

Дробижева Л.М. (2013). Социальные проблемы межнациональных отношений в постсоветской России. Москва, 2013.

Дмитриев А.В. (2015). Конфликтогенность миграции: теоретические и практические проблемы // *Социологическая наука и социальная практика*. №1. С. 16- 29

Кравченко С.А. (2015). «Нормальная аномия»: производство «ничто» // *Социологическая наука и социальная практика*. №3. С. 17-33.

Качалков А.Ю. (2017). Коммуникативный код миграции: анализ конфликтогенности // *Коммуникология*. Т.3. №3. С. 86-89.

Российское общество и вызовы времени (2015). Книга первая / М.К. Горшков [и др.]; под ред. Горшкова М.К., Петухова В.В.; Институт социологии РАН. М.: Весь Мир.

Тощенко Ж.Т. (2009). Тезаурус социологии. М.: Юнити-ДАНА.

Шарков Ф.И., Гостенина В.И. (2011). Разработка и технологии производства рекламного продукта. М.: Дашков и К.С. 332-404, 335.

Фуко М. (1994). Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. / Пер с фр. В.П. Визгина, Н.С. Автономовой. СПб.: А-сад.

Nash M. (1989). *The Cauldron of Ethnicity in the Modern World*. Chicago, L., 1989.

## ■ ■ ■ Communicative Practices of Migrants: sociocultural technologies for the youth image formation

**Valentina I. Gostenina, Alexander Y. Kachalkov**

Bryansk State University, Bryansk, Russia.

**Abstract.** The paper is dedicated to the critical issue related to the sociological analysis of the communicative practices and ethnic code of migrant's communication technologies of the formation of image of youth in communicative space of the host society. It is especially important today, when European countries seem to be swept by the flow of migrants.

However, the classical understanding of the definition of 'sociality' and the influence on the modern concept of ethnic interaction in the youth environment through the prism of communicology is considered quite rare, so it contributes a lot into the study of the object in the field of sociology of management. The study of the ethnic image in the described object field allows analyzing the object at the interdisciplinary level with the use of methods of discourse analysis, as well as characterizing the critical discourse arising between the communities of ethnic migrants and the host society. Particular attention is paid to the communicative code of migrants in the labor sphere, emphasis is placed on the distinctive characteristics of the relevant communicative zones and the value measurement of the position of the migrant as an 'extras', whose communicative and status space is directed at monitoring the professional activity series and the main values of the formation of the ethnic image in host society.

When analyzing the structure of the ethnic image, the framework of categories is clarified, the image in the communicative space of the receiving society is modeled from the positions of status and role functions in the labor sphere and the mechanism of interaction and interference of the communicative codes of migrants and the host society is identified, thus

determining possible effective methods of research and regulation of ethnic problems of society.

**Keywords:** ethnic image, ethnic code of migrant's communication, sociality, critical discourse, ethno-social identity, identity style

*For citation:* Gostenina V.I., Kachalkov A.Y. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.2. P. 60-72. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-2-60-72.

*Inf. about the authors:* Valentina Ivanovna Gostenina, Dr. Sc. (Soc.), Professor, head of the department of sociology and social work, Bryansk State University; Alexander Yurievich Kachalkov, postgraduate student at the department of sociology and social work, Bryansk State University. Address: 241036, Bryansk, Bezhitskaya St.,14. E-mail: v.gostenina@yandex.ru.

*Received:* 11.04.2018. *Accepted:* 19.04.2018.

## References

- Barkov F.A. (2013). Methodology of a research of interaction of a discourse about ethnic identity and ascertaining of media reports. *Bulletin of MGIMO (University)*. 1 (28) (In Rus.).
- Weber M. (2016). Economy and society. Moscow: Higher School of Economics (In Rus.).
- Van Dijk T.A. (2009). Cognitive situation models in discourse production. *Modern discourse analysis*, 1 (1) [el. source]: <http://www.discourseanalysis.org> (In Rus.).
- Varganova O.F. (2015). Image of the labor migrants in federal and regional media (by results of the content-analysis). *Sociological science and social practice*. No. 3 (In Rus.).
- Gostenina V.I. (2013). Socio-linguistic codes of the subject of the power in political contents and in media. *Communicology*. 2013. 2 (2) (In Rus.).
- Gostenina V.I. Critical discourse communicative code of quality management of life of Russians. *Communicology*. 2016. 1(4) (In Rus.).
- Durkheim E. (1995). Value judgments and judgments of reality. Sociology: subject, method, mission. Moscow (In Rus.).
- Drobizheva L.M. (2005). Social problems of the international relations in Post-Soviet Russia. Ed. by Institute of sociology of RAS. Moscow (In Rus.).
- Dmitriyev A.V. (2015). Conflicts of migration: theoretical and practical problems. *Sociological science and social practice*. No. 1 (In Rus.).
- Kravchenko S.A. (2015). Normal anomaly: the creation of 'nothing'. *Sociological science and social practice*. No. 3 (In Rus.).
- Kachalkov A.Y. (2017). Communicative code of migration: analysis of conflicts. *Communicology*. Vol. 3. No.3 (In Rus.).
- Russian Society and the Challenges of Time (2015). Book One / M.K. Gorshkov [et al.]; ed. M.K. Gorshkov, V.V. Petukhov; Institute of Sociology of RAS. Moscow (In Rus.).
- Toshchenko Z.T. (2009). Thesaurus of sociology. Moscow (In Rus.).
- Sharkov F. I., Gostenina V.I. (2011). Development and production technologies of advertising. Moscow (In Rus.).
- Foucault M. (1994). The other things: an archeology of the human sciences]. St. Petersburg (In Rus.).
- Nash M. (1989). The Cauldron of Ethnicity in the Modern World. Chicago.

ТЕОРИЯ И ФИЛОСОФИЯ ПОЛИТИКИ, ИСТОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

THEORY AND PHILOSOPHY OF POLITICS, HISTORY AND METHODOLOGY

---

## ■ ■ ■ Политическая коммуникация в интернете: новое культурное пространство и трансформация практик

**Новиков А.И.**

Санкт-Петербургский Государственный Университет (СПбГУ), Санкт-Петербург, Российская Федерация.

**Аннотация.** Политическая культура претерпевает изменения связанные с виртуализацией повседневности и трансформацией публичности, которая происходит в контексте интернет пространств. Методологическая основа данной публикации: теория коммуникативного действия Юргена Хабермаса. Он описывает идеально-типическую модель публичной сферы, а так же критические ограничения для реализации политических процессов в ней. Интернет как новое культурное пространство представляет участникам политического процесса набор возможностей для перепроизводства своего жизненного пространства, таким образом, формируются новые формы политического участия, обладающие потенциалом, по мере своего развития, стать альтернативой реальным формам политического участия. В интернет пространстве особое значение приобретает политическая дискуссия, как одна из разновидностей политической коммуникации. Интернет представляет собой среду преимущественно текстового характера, в которой субъект дискуссии обладает принципиально другими свойствами. Виртуальная природа коммуникации расширяет концептуальные рамки политического участия.

**Ключевые слова:** интернет, политика, политология, культура, политическая культура, политическая коммуникация, культурное пространство

*Для цитирования:* Новиков А.И. Политическая коммуникация в интернете: новое культурное пространство и трансформация практик // Коммуникология. 2018. Том 6. №2. С. 74-84. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-2-74-84.

*Сведения об авторе:* Александр Иванович Новиков, соискатель, Санкт-Петербургский Государственный Университет» (СПбГУ); генеральный директор ЗАО «ПетроСити». Адрес: 197110, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Большая Разночинная, дом 28. E-mail: ainovikov@yandex.ru.

*Статья поступила в редакцию:* 14.03.2018. *Принята к печати:* 28.03.2018.

Социальные изменения захватывают все явления и процессы, постепенно и последовательно меняя принятые культурные нормы, через изменение их контекста – условий и пространств, в которых они протекают. Создание и развитие интернета стало не только технологическим толчком к трансформации структуры повседневности, но послужило развитию нового социокультурного пространства, в котором постепенно складываются свои правила и нормы коммуникации. В рамках этого пространства пользователи находят разные возможности для реализации своего политического участия, формирования и выражения своего

мнения или обоснования своей политической позиции [Василенко]. Одной из таких форм участия становится политическая дискуссия. Причем если в контексте политики оф-лайн политическая дискуссия может проигрывать в сравнении с влиянием на политические процессы других форм политического волеизъявления, например, забастовок, стачек, публичных протестов. В условиях культурного пространства интернета коммуникативные формы имеют более значимое влияние [Тоерфл]. Даже сказываются на событиях в реальных политических процессах. Достаточно вспомнить события на Манежной площади в России, на Майдане на Украине<sup>1</sup>, а так же революции в арабских странах [Шульц: 46]: «как отмечали многократно многие политические обозреватели, Интернет и в особенности социальные сети в этих событиях сыграли заметную роль. Некоторые из комментаторов даже утверждали, что без социальных сетей арабская весна не состоялась бы» [Желтов В.В., Желтов М.В.]

Это говорит о том, что интернет престаает быть уделом своеобразных аутсайдеров от политики, тех, кто не смог найти реализации в контексте реальности и заменил ее суррогатом виртуальных коммуникативных практик. Интернет не просто новая среда, контейнер наполненный информацией, он становится правомерной, и значимой частью социальных, политических и культурных процессов, событий и явлений [Lee F.L., Lee P.S.]. Политическая дискуссия на коммуникативных площадках в интернете имеет возможность получить потенциал реального политического влияния за счет своей публичности. Пользователь может получить эмоциональную и символическую поддержку включаясь в коммуникацию с единомышленниками или попробовать реализовать свое политическое негодование и неудовлетворенность через ситуации конфронтации с оппонентами, например через специфический вид коммуникативной агрессии, в интернет дискуссиях, «троллинг» [Surma]. Интернет дискуссии предлагают пользователям новую альтернативную публичность, которая становится контекстом для трансформации традиционных форм политической коммуникации [Machado, Rivera].

### **Публичная сфера коммуникативного действия Ю. Хабермаса**

Концепцию публичной сферы презентует Хабермас, как идеально-типическую модель политического взаимодействия, где публичная сфера определяется как пространство гражданской и политической активности [Хабермас], коммуникативной по своей сути, (обмен мнениями, обсуждение острых социально-политических вопросов) представителя любой социальной группы как лично (собрания, встречи, интернет-форумы и проч.), так и посредством медиа (газеты, телевидение, радио, электронные СМИ). Частные проблемы граждан приобретают политическое звучание, попадая в сферу публичного обсуждения. В терминологии Хабермаса обсуждаемые действия для достижения политического согласия и взаимопонимания именуются коммуникативными действиями.

<sup>1</sup> Манойло А.В. (2014). Украинский кризис и «Управляемый хаос»: след «Цветных революций» Арабской весны // Власть. №4. С. 24.

Препятствиями к развитию публичной сферы Хабермас видит: 1) различные политические силы, стремящиеся к реализации собственных интересов, сохранению существующего социального порядка и системы распределения власти, ресурсов – государственные и рыночные (экономические) элиты, стремящиеся к подавлению, контролю над публичной сферой; 2) отсутствие должной политической культуры, прежде всего, культуры политической коммуникации населения в силу господства культуры массового общества (отсутствие критического мышления), что приводит к использованию Интернета как площадки для «нарциссических репрезентаций», превращающих публичный диалог в «публичный разговор» [Вербилович]. Реальное коммуникативное действие, возможно лишь при условии соблюдения соответствующей коммуникативной этики и норм ведения политической дискуссии: характер связей – децентрализованный, горизонтальный; участники – доступен всем, соблюдение равенства; арена – автономна от государственного или иного контроля; время проведения – гибкое; характер диалога – открытый; требования к участникам – рефлексивность, аргументированность, ориентация на согласие и взаимопонимание, достижение консенсуса; характер аргументации – обоснованность, достоверность, ясность и понятность. По мнению Хабермаса, в целях поддержания рационально-критического характера дискуссии необходимо привлечение экспертов, интеллектуалов к участию в них. Идеи Хабермаса активно развиваются современными исследователями для анализа современных коммуникативных аспектов политических отношений [Комарова].

Интернет, как культурное пространство, представляет многомерное коммуникативно-дискуссионное поле [Jungherr]. В этом поле реализуются разные виды коммуникации, с разной спецификой. Основана эта коммуникация на базе соединенных глобальной сетью компьютеров, созданной в ходе взаимодействия разных ученых (разных в самом широком смысле – начиная с отраслей науки, научных интересов и исследовательских задач, вплоть до стран и эпох, в которых они работали на решение данной задачи). Хабермас писал о невозможности коммуникативного действия без норм и правил взаимодействия, технические взаимодействия обеспечивают протоколы. Эти протоколы разрабатываются под конкретную задачу и пишутся на языках программирования. Можно сказать, что это еще одна грань многомерности современной коммуникации в интернете. Она осуществляется не только на базе взаимодействия компьютеров, но и взаимодействия разных акторов с компьютерами, происходит синтез технической и культурной среды.

### **Интернет – новое культурное пространство**

Интернет становится новым контекстом политических процессов, причиной и источником социальных изменений. Эта система, появилась, как технологическое дополнение к решению практических задач, но стала значимой частью реальности. Кембриджский словарь определяет интернет как «большую систему соединяющую компьютеры по всему миру, которая позволяет людям де-

литься информацией и общаться друг с другом» (“the large system of connected computers around the world that allows people to share information and communicate with each other”)<sup>1</sup>. С одной стороны, это определение отражает единство и системность явления, а с другой, выделяет субъекта и цель этой системы. Эта новая, по историческим меркам, информационная площадка для общения друг с другом, сформировала новое культурное пространство. «Культурное пространство – это все многообразие моделей и идеалов человеческой деятельности и все отношения культуры» [Кармин: 203] – широкое определение, но, нельзя отрицать, что интернет хранит в себе многообразие отношений культуры, многократно преломляя модели и идеалы человеческой деятельности. При этом он сам – совокупный результат этой деятельности: «пространство, образованное множеством феноменов культуры, переплетающихся и взаимодействующих между собой» [Бродель: 130]. Интернет явление культурное, результат развития культуры, с этим никто не спорит, но почему пространство, да еще культурное?

Многомерность этого феномена и его специфичность задает границы и пределы пространства. Культурное пространство по своей сути представляет хронотоп [Бахтин] – уникальное соединение в определенных границах времени и пространства [Сараф]. Интернет огромен, но он не безграничен, более того он хорошо документирован и логичен. Он обладает собственной топонимикой – пространством адресов, своими жителями – пользователями, компьютерными программами, приложениями, сайтами и даже вирусами и т.д. При этом все это «завязано», на реальную деятельность людей и пространственную топонимику. Тут вновь возникает противопоставление “виртуального” “реальному”, но значимо здесь то, что во всей своей многомерности, это надпространственное пространство. Человек реализуясь как природное, и как социальное существо, создает собственное, гибридное, пространство, с биологической точки зрения пространство, как территорию, с социальной как контекст жизнедеятельности: «ибо деятельность его, направленная, прежде всего, на преобразование природного мира, является по определению способом существования социального. Результатом этой деятельности становится рукотворный мир «человеческих поделок» [Хайдеггер] – мир культуры» [Орлова]. Тут есть один очень тонкий момент, а именно: почему мы считаем, что интернет это самостоятельное культурное пространство, а не частный феномен какой-то определенной культуры?

Нельзя сказать, что интернет принадлежит культурному пространству как-то одной страны – это международное явление. При этом нельзя сказать, что существует какая-то определенная глобальная культура, частью которой является интернет (возможно, сам интернет и является ее задатком или даже предпосылкой) [Cádima]. Освальд Шпенглер в своей книге «Закат Европы» писал о сосуществовании рядом друг с другом большого количества самостоятельных культур: «Вместо монотонной картины линейнообразной всемирной истории, ... я вижу фено-

<sup>1</sup> The internet. Cambridge Dictionary [Эл. ресурс]: <http://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/internet>.

мен множества мощных культур, с первобытной силой вырастающих из недр породившей их страны, к которой они строго привязаны на всем протяжении своего существования, и каждая из них налагает ... свою собственную форму и у каждой своя собственная идея, собственные страсти, собственная жизнь, желания и чувствования и, наконец, собственная смерть...» [Шпенглер: 56].

Интернет представляет собой одно из таких культурных явлений, но привязанное не к конкретной стране, а к искусственно созданному виртуальному пространству, которое задает границы этого явления, создает особенный ареал существования культуры в нем. И так как интернет по рождению своему феномен международный, то и культурное пространство сформировалось как международный культурный феномен. Мы не отрицаем национальных специфических культурных образований внутри глобальной сети. Интернет представляет собой матричную систему, внутри которой образуются специфические пространства, наследующие свойства от обеих культур – от национальной культуры и от глобальной культуры интернета. Но пересечение границ национальных культурных образований внутри интернета мягче, чем пересечение естественных государственных границ. Например, такое явление как рунет, представляет собой больше часть глобального интернет пространства, чем часть национальной культуры русскоговорящих стран.

Мы основываемся на признаках культурного пространства, указанных у ряда авторов, подробно рассматривающих это явление в своих работах. Так Орлова Е.В, чье определение культурного пространства мы уже приводили выше, видит одним из ключевых признаков игровой характер человеческой деятельности, который вначале создает искусственное надприродное пространство, а затем подчиняется ему. Повседневность постоянное переопределение принципов культуры, окружающей и наполняющей жизнь людей. В результате формируется картина мира задающая ориентиры, границы, нормы и правила, которые в свою очередь влияют на повседневность «как фиксированная система культурных ценностей и норм, создающих стереотипы поведения чувствования и мышления» [Орлова].

Интернет обладает всеми характеристиками культурного пространства. В нем есть набор принятых и установившихся норм и правил поведения, а так же поведенческие стереотипы – из них пользователь «черпает готовые варианты решения множества жизненных проблем» [Орлова]. Деятельностный компонент культурного пространства – творческое переосмысление и воспроизводство культурных норм. Аллюзия к театральному пространству, прежде всего к первобытным и ритуальным его формам дает еще один интересный пример, говорящий в пользу интерпретации интернета как самостоятельного культурного пространства: «надевая всевозможные ритуальные маски, в театре каждый мог «приручить» непонятную, а потому враждебную реальность» [Орлова]

Интернет пространство обладает определенной свободой самовыражения, возможностью попробовать себя в разных коммуникативных ролях (примерить на себе разные маски) и поучаствовать в разных дискуссиях (театральных пространствах по И. Гофману [Гофман]). Один и тот же пользователь может «формировать» одного

субъекта политической дискуссии на разных площадках, а может создавать разных и участвовать от их имени, как в одной и той же, так и в разных дискуссиях. В культурном пространстве интернета такие субъекты будут выступать самостоятельными акторами дискуссии – ведь другие субъекты реагируют на них именно так.

Субъект в интернете приобретает свойства соответствующие пространству: «виртуальный субъект есть, и в то же время его нет» [Дунаева: 137]. Положение субъекта в интернет пространстве характеризуется ощущением анонимности. С этой точки интернет в значительной степени, как ни странно, похож на толпу, описанную Г. Лебоном [Лебон: 311]. С одной стороны, участие в интернет коммуникации анонимно, а с другой стороны, пользователь не один, он скрылся физически в своей приватности, но виртуально объединился с единомышленниками.

Кроме особого, обособленного, творчески проработанного пользователями положения субъектов культурного пространства у интернета есть еще одна особенность – преимущественно текстовый характер существования. Хотя сейчас и наблюдаются перспективы к переходу в видео и аудио форматы коммуникации, пока базис остается текстовым (программные коды по своей сути представляют тексты на языках программирования) можно говорить, что текстовый характер доминирует. Интернет не является продолжением эпохи книгопечатания – продолжением галактики Гуттенберга [МакЛюэн], что можно было бы трактовать, как довод против самостоятельности и обособленности культурного пространства интернета. Интернет шагнул в этом смысле дальше – все его бытие это *текст*. Если становление книгопечатания совершило культурную революцию, облегчив распространение концептуальных текстов, то интернет живет текстом, он генерирует и распространяет тексты и, по сути, является текстом.

Преобладающая часть общения в интернете это текст. «С точки зрения структурализма и семиотики культура по сути своей «текст» и набор «текстов». «Язык – дом бытия» (М. Хайдеггер), чтобы событие стало явлением культуры, оно должно быть выражено в тексте, тогда культура может выполнять функцию хранения и передачи информации» [Орлова]. Интернет не только хранит тексты, по сути, интернет это текстовая технология – программы, приложения, протоколы и даже визуальные элементы интерфейсов представляют собой программные скрипты – то есть это тексты. Еще одна роль интернета – он выступает пространством создания текстов. Это жизненное пространство текстов, где они могут «пойти в мир» и либо привести к реальным действиям целых групп людей, либо потеряться в информационном водовороте: «В семантическом поле языка культуры происходит накопление, оформление в текст, а затем с помощью методов различных наук – дешифровка или раскодирование информации, заложенной в глубинных структурах культуры и сознания. Любой текст принадлежит культуре, вне культурного пространства текст перестает существовать» [Орлова].

Орлова выделяет функции культурного пространства, определяющие специфическое бытие этого явления [Гуткин, Листвина: 36.]. Культурное пространство вообще, и интернет культурное пространство, в частности, «полифункционально, так как реализует функционирование общественных систем, обеспечи-

вает пространственное функционирование культуры, поскольку выступает как ареал, в котором протекает жизнь культуры» [Орлова]. «Парламент не место для дискуссии»<sup>1</sup> – эта фраза приписывается председателю Государственной думы Российской Федерации четвертого и пятого созывов Б.В. Грызлову. Интернет, же для дискуссий самое место – одной из функций интернета, как культурного пространства является общественная, в том числе политическая дискуссия. Такая дискуссия выступает частью творческого воспроизводства культуры человеком, а в случае с интернетом – воспроизводства интернет-субъектом виртуального культурного пространства.

Тут открывается определенный парадокс: дискуссионность выступает в качестве одной из функций интернет пространства – следствием реализации более общей коммуникативно-информационной функции, но так же дискуссию можно трактовать как одно из подпространств культурного пространства. Мы опять вернулись к многомерности интернета, но теперь уже с точки зрения структуры культурного пространства: «Каждый элемент культуры существует относительно самостоятельно и сам по себе представляет определенное пространство. С этой точки зрения культурное пространство можно определить как пространство множества пространств» [Орлова].

### **Трансформация традиционных политических практик**

Интернет новое культурное пространство, но нельзя сказать, что на данный момент существуют политические собственные интернет практики и виды политического участия. Новое культурное пространство как бы заимствует или даже втягивает в себя практики, существующие в смежных пространствах. Оно это делает не само – их приносят пользователи, но в процессе перепроизводства культурных пространств происходит их трансформация в более адекватные для новых условий формы. Можно предположить, что дальнейшее развитие интернета приведет к формированию собственного политического участия, которое уже не будет являться своеобразным отражением практик существующих в реальности. Получается, что культурное пространство как бы отражает существующие в социальном сознании формы, но постепенно разрастаясь, и занимая все большее значение в повседневности, оно их трансформирует. Как и трансформированные практики влияют и видоизменяют культурные поля – это постоянная диалектика. У коммуникативного действия в интернете есть ряд преимуществ, это ощущение анонимности, с одной стороны, и коллективности с другой. Оставаясь дома, внутри своей зоны комфорта, пользователь может стать участником значимых событий, причем выбирать участие осмысленно, в зависимости от своих предпочтений и интересов. Так же осмысленно игнорировать то, что

---

<sup>1</sup> Матвеева А. Фаляхов Р. Депутатам вышел срок: госдуму готовят для нового спикера РБК daily – ежедневная деловая газета 19 ноября 2007 года [электронная версия]: <http://web.archive.org/web/20071122085206/http://www.rbcdaily.ru:80/2007/11/19/focus/303625> (дата обращения 25.09.2017).

выходит за рамки повседневности. Если реальное общение в большей степени провоцирует столкновение с разными темами и носителями разных мнений, то интернет в большей мере позволяет ограничить вмешательство в личное пространство. Можно заблокировать сайты, можно настроить получение тематических новостей, а оппонентов отправить в черный список. От этого интернет пространство более сегментированное, в нем формируются виртуальные сообщества субкультурного характера [Pfetsch], с которыми пользователь себя идентифицирует. Интеграция в таких сообществах основана на коммуникативных правилах и нормах взаимодействия, формируемых в процессе коммуникации. Получается странная ситуация: политическая коммуникация формирует сама себя.

Наблюдается еще одно интересное свойство: коммуникация может выходить из своего тематического поля. Что иметься ввиду? Одних пользователей привлекает одна информация, к которой они внимательны. Есть источники – сайты, форумы [Kim, Tak] и т.д., которые предоставляют доступ к этому тематическому направлению, тем самым формируя свою аудиторию. Казалось бы, вся коммуникация этой тематической сферы должна быть сосредоточена внутри этих источников, но она имеет свойство выходить за эти рамки. Так как часто политическую дискуссию можно обнаружить в источниках и поводах далеких от тех тем, которые непосредственно обсуждаются. То есть имеется инверсия: пользователи могут фильтровать контексты в рамках, которых они совершают коммуникативные действия, а вот поводы для них выбираются совершенно спонтанно и неограниченно. Это может быть связано с тем, что эти практики как раз трансформируются новым полем, а нормы и правила, относящиеся к пониманию границ и поводов дискуссионного участия только вырабатываются. Отсюда нестабильность и не предсказуемость интернет коммуникации. По одним поводам даже важным и существенным коммуникация может отсутствовать, быть очень вялой и не набирать потенциала политического участия, другие давать импульс для политического действия в реальности – накалять и выводить недовольство до политических выступлений.

## Выводы

Возникновение интернет как глобальной технологической и коммуникативной среды вызвало значительные изменения дискурсивного и коммуникативного полей в конце XX – начале XXI века. Современная политика уже невозможна без и вне интернета. Однако особенность глобальной сети в том, что она не стала простым продолжением офф-лайн-структур и процессов (как это фактически случилось с сопоставимыми медиа явлениями – прессой, кино, телевидением и т.п.), но на практике в значительной степени сама трансформирует их, а также порождает собственные альтернативные явления в рамках процессов виртуализации. Фактически политическая дискуссия в интернете, с одной стороны, связана и отражает политическую коммуникацию в традиционном (реальном) поле, но в тоже время и не сводится к ней. Политическая дискуссия в интернете – это отдельное явление, требующее самостоятельного исследования.

Интернет сформировался и развивается как самостоятельное культурное явление и культурно-дискуссионное пространство. Он характеризуется культурным обособлением относительно традиционных культурных пространств, не исключая их, но и не подчиняясь полностью их законам. Дискуссии в интернет отличает существенно более высокая степень свободы и демократичности, что запрограммировано структурой глобальной сети. В рамках развития интернет как культурного явления наблюдается существенная трансформация субъектности политического дискурса, а также его деперсонификация. При этом интернет дискуссии могут, как порождать реальную политическую активность их участников, так и вырождаться в полностью самодостаточные виртуальные формы. С одной стороны политические дискуссии в интернет привлекательной для публичных лидеров и политических технологов, так как позволяют взаимодействовать со значительным количеством интернет-пользователей независимо от их физического местонахождения, культурного статуса, принадлежности к национальным и территориальным сообществам и т.д. Однако в тоже время Интернет оказывается чрезвычайно привлекателен для политических маргиналов, не имеющих серьезных шансов для самовыражения в рамках реальной политики.

## Источники

- Бахтин М.М. (1976). *Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике* // Эстетика словесного творчества. М. С. 316-355.
- Бродель Ф. (1994). *Что такое Франция*. Москва.
- Василенко В.И. (2013). *Социальные сети в глобализующемся мире: культура безопасности и демократия* // *Коммуникология*. Том 2. № 2. С. 77-82.
- Вербилович О. (2013). *Теория коммуникативного действия: ключевые категории и познавательный потенциал* // *Публичная сфера: теория, методология, кейс-стадии*. М. С. 35-52.
- Гофман И. (2000). *Представление себя другим в повседневной жизни* Москва.
- Гуткин О.В., Листвина Е.В., Петрова Г.Н., Семенищева О.А. (2005). *Феномен культурного пространства*. Саратов.
- Дунаева Р.А. (2009). *Антропологическое измерение виртуальной реальности* // *Научные ведомости*. № 8 (63).
- Желтов В.В., Желтов М.В. (2014). *Интернет, протестные движения и арабская весна* // *Территория новых возможностей*. №1 (24).
- Кармин А.С. (1997). *Основы культурологии* // *Историография культуры* Спб.
- Комарова Л.В. (2013). *Культура диалога как средство развития гражданского общества* // *Коммуникология*. Том 2. №2. С. 144-152.
- Лебон Г. (1995). *Психология народов и масс*. СПб.
- МакЛюэн М. (2004). *Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры*. Киев.
- Орлова Е.В. (2010). *Культурное пространство: определение, специфика, структура* // *Аналитика культурологи*. № 18. Изд-во: ТГУ. С. 42-53.
- Сараф М.Я. (2013). *Измерение культурного пространства* // *Пространство и время*. № 1 (11). С. 63.
- Хабермас Ю. (2016). *Структурное изменение публичной сферы: исследования относительно категории буржуазного общества*. Москва.
- Хайдеггер М. (2010) *Бытие и время*. Москва.
- Шпенглер О. (1998). *Закат Европы. Образ и действительность*. Москва.
- Шульц Э.Э. (2014). *Технологии бунта: «Цветные» революции и «Арабская весна»* // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. № 19.

- Cádima F.R. (2017). Media, diversity and globalisation in the digital age. *Janus.net*, 8 (2): 88-100.
- Jungherr A. (2017). The Internet in political communication: State of the field and research perspectives (Review). *Politische Vierteljahresschrift*, 58 (2): 284-315.
- Kim S.-H., Tak H., Kim H., Cho H.-G. (2017). Constructing dispute social network for internet-based discussion participants using virtual heat model of threaded replying trees. *Multidisciplinary International Social Networks Conference, MISNC*. Volume Part F129682; Bangkok; Thailand; Article No. 3092129.
- Lee F.L., Lee P.S., So C.Y., Leung L., Chan M.C. (2017). Conditional impact of Facebook as an information source on political opinions: the case of political reform in Hong Kong Asian. *Journal of Political Science*, 25 (3): 365-382.
- Machado R.C., Rivera L.N. (2017). Democratization in the digital age: Challenges for a conscious and equal dialogue. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, 7 (3): 602-616.
- Pfetsch B. (2018). Dissonant and Disconnected Public Spheres as Challenge for Political Communication Research. *Javnost*, P. 1-8.
- Surma I. (2016). Pushing the boundaries of digital diplomacy: The international experience and the Russian practice. *Proceedings of the 11<sup>th</sup> International Conference on Cyber Warfare and Security, ICCWS*: 304-311.
- Toepfl F. (2018). From connective to collective action: internet elections as a digital tool to centralize and formalize protest in Russia. *Information Communication and Society*, 21 (4): 531-547.

## ■ ■ ■ Political Communication Online: a new cultural space and the transformation of practices

### Aleksandr I. Novikov

**Abstract.** Political culture undergoes changes associated with the virtualization of everyday life and the transformation of publicity that occurs in the context of Internet spaces. The methodological basis of this publication is the theory of the communicative action of Jurgen Habermas. He describes an ideal-typical model of the public sphere, as well as critical limitations for the implementation of political processes in it. The Internet as a new cultural space presents the participants of the political process with a set of opportunities for overproduction of their living space, thus creating new forms of political participation that have the potential, as they develop, to become an alternative to real forms of political participation. In the Internet space, political discussion is of particular importance, as one of the varieties of political communication. The Internet is an environment of mostly textual nature, in which the subject of the discussion has fundamentally different properties. The virtual nature of communication expands the conceptual framework of political participation.

**Keywords:** Internet, politics, political science, culture, political culture, political communication, cultural space

*For citation:* Novikov A.I. Political Communication Online: a new cultural space and the transformation of practices. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.2. P. 74-84. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-2-74-84.

*Inf. about the author:* Aleksandr Ivanovich Novikov, applicant at St. Petersburg State University; general manager at ZAO PetroCity. Address: 197110, St. Petersburg, Bolshaya Raznochinnaya st., 28. E-mail: anovikov@yandex.ru.

*Received:* 14.03.2018. *Accepted:* 28.03.2018.

## References

- Bakhtin MM (1976). Forms of time and chronotope in the novel. Essays on historical poetics. *Aesthetics of verbal creativity*. Moscow. P. 316-355.
- Braudel F. (1994). What is France. Moscow. P. 130
- Cádima F.R. (2017). Media, diversity and globalisation in the digital age. *Janus.net*, 8 (2): 88-100.
- Dunaeva R.A. (2009). Anthropological Dimension of Virtual Reality. *Scientific Bulletin* No. 8 (63). P. 137 (In Rus).
- Gofman I. (2000). Introducing yourself to others in everyday life. Moscow (In Rus).
- Gutkin O.V., Listvina E.V., Petrova G.N., Semenishcheva O.A. (2005). The phenomenon of cultural space. Saratov (In Rus).
- Habermas Y. (2016). Structural change in the public sphere: research on the category of bourgeois society. Moscow (In Rus).
- Heidegger M. (2010). Being and Time. Moscow (In Rus).
- Jungherr A. (2017). The Internet in political communication: State of the field and research perspectives (Review). *Politische Vierteljahresschrift*, 58 (2): 284-315.
- Karmin A.S. (1997). Fundamentals of Cultural Studies. *Historiography of Culture*. St. Petersburg (In Rus).
- Kim S.-H., Tak H., Kim H., Cho H.-G. (2017). Constructing dispute social network for internet-based discussion participants using virtual heat model of threaded replying trees. *Multidisciplinary International Social Networks Conference, MISNC*. Volume Part F129682; Bangkok; Thailand; Article No. 3092129.
- Komarova L.V. (2013). Culture of Dialogue as a Means of Civil Society Development. *Communicology*. No. 2 (2): 144-152.
- Lebon G. (1995). Psychology of peoples and masses. St. Petersburg (In Rus).
- Lee F.L., Lee P.S., So C.Y., Leung L., Chan M.C. (2017). Conditional impact of Facebook as an information source on political opinions: the case of political reform in Hong Kong Asian. *Journal of Political Science*, 25 (3): 365-382.
- Machado R.C., Rivera L.N. (2017). Democratization in the digital age: Challenges for a conscious and equal dialogue. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, 7 (3): 602-616.
- McLuhan M. (2004). The Gutenberg galaxy. The creation of a man of printed culture. Kiev (In Rus).
- Orlova E.V. (2010). Cultural space: definition, specificity, structure. *Analitica culturologists*. No. 18. P. 42-53 (In Rus).
- Pfetsch B. (2018). Dissonant and Disconnected Public Spheres as Challenge for Political Communication Research. *Javnost*, P. 1-8.
- Saraf M.Y. (2013). Measurement of the cultural space. *Space and time*. 1(11): 63 (In Rus).
- Schultz E.E. (2014). Technology of rebellion: «Colored» revolutions and «Arab Spring». *National interests: priorities and security*. No. 19 (In Rus).
- Spengler O. (1998). The Decline of Europe. Image and reality. Moscow. P. 56 (In Rus).
- Surma I. (2016). Pushing the boundaries of digital diplomacy: The international experience and the Russian practice. *Proceedings of the 11<sup>th</sup> International Conference on Cyber Warfare and Security, ICCWS*: 304-311.
- Toepfl F. (2018). From connective to collective action: internet elections as a digital tool to centralize and formalize protest in Russia. *Information Communication and Society*, 21 (4): 531-547.
- Vasilenko V.I. (2013). Social networks in a globalizing world: a culture of security and democracy. *Communicology*. 2 (2): 77-82 (In Rus).
- Verbilovich O. (2013). Theory of communicative action: key categories and cognitive potential. *Public sphere: theory, methodology, stage case*. P. 35-52. (In Rus).
- Zhelto V.V., Zhelto V.M.V. (2014). Internet, protest movements and the Arab Spring. *Territory of new opportunities*. No. 1 (24) (In Rus).

## ■ ■ ■ Становление и развитие современного евразийского пространства

**Яшкова Т.А.**

Академия труда и социальных отношений, Москва, Российская Федерация.

**Аннотация.** Статья посвящена актуальной теме формирования евразийского пространства в начале XXI века, в условиях новой экономической трансформации и дестабилизации мирового экономического, политического и культурного пространства. Автор приводит основные теоретические взгляды крупных теоретиков евразийского пространства, а именно Н. Данилевского, В. Соловьева, С. Булгакова, Н. Бердяева, В. Эрнста, Е. Трубецкого, а также современных геополитиков, таких как Х. Макиндер и З. Бжезинский. В статье рассматривается процесс становления и развития евразийского экономического пространства с момента его возникновения и до современного этапа развития. Анализируются основные этапы формирования евразийского экономического пространства, также приводятся различные точки зрения политических деятелей современности, которые непосредственно участвуют в процессе его работы. Автор прогнозирует и анализирует возможные пути дальнейшего сотрудничества и взаимодействия внутри Евразийского союза в первой четверти XXI века в различных областях интеграционного развития, а также дает экспертный анализ перспективного развития Евразийского союза.

**Ключевые слова:** Азиатско-Тихоокеанский регион, Евразийский Союз, Евразийский Экономический союз, ЕАЭС, интеграция, международное сотрудничество, Шанхайская организация сотрудничества (ШОС).

*Для цитирования:* Яшкова Т.А. Становление и развитие современного евразийского пространства // Коммуникология. 2018. Том 6. №2. С. 85-93. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-2-85-93.

*Сведения об авторе:* Татьяна Алексеевна Яшкова, доктор политических наук, доцент, профессор кафедры философии и социологии АТиСО. Адрес: 119454, Москва, ул. Лобачевского, 90. E-mail: yashkova@yandex.ru.

*Статья поступила в редакцию:* 21.02.2018. *Принята к печати:* 15.04.2018.

### **История развития евразийского сообщества**

В современном мире значение Евразийского союза с точки зрения геополитики является крайне значимым. Данную мысль Маккиндер сформулировал в своем научном труде «Географическая ось истории», где он отмечал «Тот, кто правит восточной Европой, владеет Сердцем земли. Тот, кто правит Сердцем земли, владеет Мировым Островом (Евразией). Тот, кто владеет Мировым Островом, владеет миром» [Маккиндер]. На сегодняшний день эта идея широко распространена и не потеряла актуального значения.

Современный теоретик и аналитик З. Бжезинский в своей знаменитой работе «Великая шахматная доска» поддерживает данную точку зрения и отмечает: «Евразия является полем последней и решительной битвы за мировую гегемонию». По его мнению, разыгрывается «решающая шахматная партия», «призом» в которой является «мировое господство» [Бжезинский]. Он также утверждал: «Мощный военно-политический инструмент западных стран (НАТО) дает возможность оказывать и политическое и военное влияние на Евразийском континенте»<sup>1</sup>.

Обращаясь к истории создания Евразийского союза, хотелось бы остановиться на понятии данного образования. «Под Евразийским союзом подразумевается проект конфедеративного союза государств с единым политическим, экономическим, военным, таможенным, гуманитарным, культурным пространством, предполагаемого к созданию на базе союза Казахстана, России и Беларуси. Союз строится по модели мощного наднационального объединения, способного стать самодостаточным рынком (население которого должно составлять не менее 200-250 миллионов человек)» [Национальные интересы...] и одним из геополитических «полюсов» современного мира, играющего при этом роль эффективной «связки» между Европой и динамичным Азиатско-Тихоокеанским регионом.

Инициатором создания данного образования считается президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев, который выступил в МГУ им. М.В. Ломоносова в 1994 году с предложением о реформации постсоветского пространства. В своём выступлении он отметил: «Мы же, республики бывшего Союза, историей и судьбой подготовлены к единому сообществу. Нам присущи одни формы и механизмы связей и управления, общий менталитет, многое другое»<sup>2</sup>.

### **Данилевский о путях развития мировых цивилизаций**

Останавливаясь на исторической ретроспективе данного вопроса, хотелось бы отметить идеи Н.Я. Данилевского, который в своем труде «Россия и Европа» утверждал, что образование аналога Евразийского союза является необходимым проектом: «Итак, свобода славян и прочих народов в союзе между собой и с Россией обеспечивалась бы, с одной стороны, простым здравым политическим смыслом, инстинктом самосохранения России; с другой – все прошедшее России, самые пороки русских и вообще славянских добродетелей служили бы ручательством за справедливый, безобидный характер тех взаимных отношений, которые развились бы между главой союза и его членами» [Данилевский].

В дальнейшем, рассматривая данный вопрос, ученый утверждает: «Более или менее тесная связь, будет ли то федерация или только политическая система государств может и должна существовать только между членами одно-

---

<sup>1</sup> Бжезинский З. (1997). Геостратегия для Евразии // Независимая газета, 24 октября 1997 г.

<sup>2</sup> Оригинальный текст выступления Н.А. Назарбаева 29 марта 1994 г. в Московском государственном университете [эл. ресурс]: <http://e-history.kz/ru/publications/view/567> (дата обращения – 23.02.2018).

го культурно-исторического типа, и лишь искусственно и не иначе как к общему вреду может распространяться далее пределов того или иного типа; ибо общественная связь требует как необходимого своего условия подчинения частных интересов (личных, общественных, областных и даже государственных) более общим интересам высшей группы; и, следовательно, если связь переходит за границу культурно-исторического типа – высшей исторической единицы, то лишает его должной самостоятельной достижении его цели» [Данилевский].

В результате своего исследования мировых цивилизаций Данилевский отмечает: «великую борьбу, предстоящую в более или менее близком будущем русскому народу», борьбу против государственных сил Европы, «той коалиции, которая образуется против России, когда наступит время серьезного решения восточного вопроса [Данилевский]. Именно эта мысль была взята на вооружение и получила довольно высокое распространение в период Первой мировой войны, которая была воспринята рядом философов как война культур, как война цивилизаций (С. Булгаков, В. Эрн, Е. Трубецкой, Н. Бердяев, В. Иванов и т.д.) [Киселев: 70].

### **Развитие европейского мира**

Интересен вопрос, что представляет собой современная Российская Федерация и какова ее роль в споре между Востоком и Западом? В. Соловьев по этому поводу пишет: «Четырехмиллионная армия... двинулась с территории Китая на Европу ... через Среднюю Азию и Урал... боевые достоинства русских войск при отсутствии предварительного плана войны и при огромном численном перевесе неприятеля позволяли им только гибнуть с честью. Быстрота нашествия не оставляла времени для должной концентрации и корпуса истребляются один за другим в ожесточенных боях... двухсоттысячная русская армия, давно собранная у границ Манчжурии, делает неудачную попытку вторжения в хорошо защищённых Китай...» [Соловьев].

Как видно из высказывания, тяжелые испытания способствовали объединению европейских государств, что, в свою очередь, способствовало освобождению от монгольского ига в результате победы европейского мира над азиатским в XXI веке образуется европейский союз.

В. Соловьев в дальнейшем замечает: «Ростки войны, вырванные с корнем. Всеобщая лига мира сошлась в последний раз и... за ненадобностью» [Соловьев]. Ученый, таким образом, предсказал появление таких образований как европейский союз и Организация Объединенных Наций.

### **Развитие идеи создания Евразийского Союза**

Рассматривая при этом ход создания евразийского союза, хотелось бы остановиться на инициативе президентов Беларуси и России. Так, по мнению В.В. Путина, «дальнейшая интеграция стран постсоветского пространства, обладающих исторически обусловленными устойчивыми экономическими взаимосвязями и сложившимся характером межгосударственных отношений, будет проис-

ходить в рамках Евразийского Союза, планируемого по образцу ЕС. Этот союз будет являться связующим звеном между ЕС и Азиатско-Тихоокеанским регионом – «эффективной «связкой» между Европой и динамичным Азиатско-Тихоокеанским регионом»<sup>1</sup>. Путин отметил: «Принципиально важно, что ЕЭП будет базироваться на согласованных действиях в ключевых институциональных областях – в макроэкономике, в обеспечении правил конкуренции, в сфере тех регламентов и сельскохозяйственных субсидий, транспорта, тарифов естественных монополий»<sup>2</sup>.

А. Лукашенко, обсуждая эту проблему, подчеркнул: «Построить такой союз – дело непростое. Ведь достигнув максимально возможного уровня экономической интеграции, мы вплотную подойдем к необходимости создания прочной социально-политической надстройки – с общими ценностями, правовой системой, жизненными стандартами и ориентирами. Здесь не обойтись без постепенного консенсусного формирования неких наднациональных органов, в том числе, возможно, политических. Допускаем, что в таком случае в практическую плоскость перейдет и вопрос о введении новой единой валюты. Время покажет»<sup>3</sup>.

Н.А. Назарбаев изложил пять позиций, на которые необходимо опираться при создании отмеченного Союза<sup>4</sup>: «Первое. Евразийский Союз должен изначально создаваться как конкурентоспособное глобальное экономическое объединение.

Второе. Евразийский Союз должен формироваться как прочное звено, сцепляющее евроатлантический и азиатский ареалы развития. В экономическом плане Евразийский Союз должен стать мостом, соединяющим динамичные экономики Евросоюза, Восточной, Юго-Восточной и Южной Азии.

Третье. Евразийский Союз должен формироваться как самодостаточное региональное финансовое объединение, которое будет частью новой глобальной валютно-финансовой системы. Как показывает опыт Евросоюза, создание общей платежной системы, а затем и единой валюты – закономерный этап интеграции.

В современных условиях этот процесс должен также учитывать тенденции, порожденные мировым кризисом.

Четвертое. Геоэкономическое, а в перспективе и геополитическое возмужание евразийской интеграции должно идти исключительно эволюционным и добровольным путем.

Пятое. Создание Евразийского Союза возможно только на основе широкой общественной поддержки»<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Путин предлагает Кыргызстану войти в Евразийский союз [эл. ресурс]: <https://www.kp.ru/daily/25766.4/2751048/> (дата обращения – 23.02.2018).

<sup>2</sup> Новый интеграционный проект для Евразии – будущее, которое рождается сегодня [эл. ресурс]: <https://iz.ru/news/502761> (дата обращения – 23.02.2018).

<sup>3</sup> О судьбах нашей интеграции [эл. ресурс]: <https://iz.ru/news/504081> (дата обращения – 23.02.2018).

<sup>4</sup> Евразийский Союз: от идеи к истории будущего [эл. ресурс]: <https://iz.ru/news/504908> (дата обращения – 23.02.2018).

<sup>5</sup> Евразийский Союз: от идеи к истории будущего // Известия. 2011. 25 окт. [эл. ресурс]: <http://izvestia.ru/news/504908> (дата обращения: 16.01.2015).

При этом хотелось бы подчеркнуть, что проект создания Евразийского Союза – это поиск точек соприкосновения, расширения зон согласия, сотрудничества и доверия между народами. А. Дугин создание Евразийского Союза видит как интеграцию постсоветского пространства: «Ориентация на создание Евразийского союза – это не только проект, ориентированный на сближение между собой экономик постсоветских государств, но еще и модель полицентричного мира... Создание такого объединения – также и заявка на национальную идею евразийства. То есть, интеграция постсоветского пространства – это средний уровень, который имеет внутривнутриполитическое и глобальное политическое измерение. Все вместе представляет собой евразийство как позицию, которая включает в себя интеграцию постсоветского пространства, как один из элементов, но не исчерпывается и не сводится к ней» [Яшкова 2012].

### **Развитие проекта Евразийского Союза**

Можно с уверенностью сказать, что процесс евразийской интеграции напрямую зависел от политической воли В.В. Путина и его коллег – президентов Беларуси и Казахстана. При этом их политическую волю поддержали народы как суверенных государств, так и граждан всего постсоветского пространства. Так, по данным Центра интеграционных исследований Евразийского банка развития на 2013 год, поддержку создания ТС и ЕЭП в их государствах-участниках выражают, согласно социологическим опросам, выразили 80% населения в Казахстане, 72% в Российской Федерации и 60% в Беларусь. «За пределами ТС доля положительных ответов на вопрос о поддержке ТС и ЕЭП респондентами в Таджикистане, Узбекистане, Кыргызстане, Молдове и Армении составила 60% и более. На Украине поддержка евразийской интеграции населением составляет более 55%» [Евразийская интеграция...].

Фокусируя своё внимание на XXI веке необходимо отметить то, что проект евразийского союза развивается и набирает свои обороты. «К настоящему времени достигнутые результаты евразийской интеграции дают основу для работы общего рынка товаров – первой ступени ЕЭП. Следующей ступенью будет создание Евразийского экономического союза. В дальнейшем к общему рынку товаров, услуг, капитала и труда будет сформирована общая стратегия развития, которая включает проведение общей промышленной, сельскохозяйственной и научно-технической политики» [Евразийская интеграция...]. Их реализация предполагает разработку и внедрение союзных программ развития, что, в свою очередь, предполагает формирование бюджета наднационального органа со своими источниками финансирования. Необходимо подчеркнуть, что современная евразийская интеграция базируется на лучших отечественных традициях, когда сильные помогают слабым, и при этом строго соблюдается добровольность и взаимное уважение духовных ценностей и культурного своеобразия объединяющихся наций.

Процесс евразийского сотрудничества может стать объединением для стран и народов, которые заинтересованы в сохранении своих национальных, духов-

ных и культурных ценностей, а также к стремлению и освоению передовых технологий ради экономического благополучия своего развитого коммуникативного пространства.

### **Возникновение Шанхайской организации сотрудничества**

Важной скрепой евразийского пространства является Шанхайская организация сотрудничества (ШОС). Данная организация, основанная в 2001 году, представляет собой масштабное макрорегиональное объединение, в рамках которого решается широкий комплекс вопросов: межгосударственных, региональных и глобальных – от проблем безопасности до перспектив экономического развития. Она по сей день продолжает свою деятельность в области военного и экономического кооперирования. В состав организации входят Россия, Казахстан, Китай, Киргизия, Таджикистан, Узбекистан, Индия и Пакистан. Эти страны обладают богатыми природными ресурсами и динамично развивающимися экономиками. Вышеперечисленные параметры могут стать основанием полагать, что ШОС будет способствовать урегулированию территориальных споров и конфликтов на евразийском пространстве. Необходимо подчеркнуть, что основной целью создания данной платформы была и остается военная безопасность региона и противостояние терроризму, национальному сепаратизму и религиозному экстремизму. Однако в планах государств-участников ШОС также присутствует идея расширить области сотрудничества, а именно создать общее экономическое интеграционное пространство. Президент Республики Казахстан Нурсултан Абишевич Назарбаев, выступая на Заседании ШОС в Астане 9 июня 2017 года, отметил: «В такие моменты вспоминается история, когда после того, как пять государств решили проблемы границ с КНР и расставались после подписания с тогдашним председателем Китая Цзян Цзэмином, я предложил: давайте не будем расходиться после подписания границ, а организуем экономическое сотрудничество. Так возник ШОС...»<sup>1</sup>.

### **Сотрудничество России с Китаем**

На данный момент активно развивается международное сотрудничество, например, Российская Федерация заинтересована в привлечении китайских инвестиций. Участие в проекте «Шелковый путь» позволит значительно улучшить российскую транспортную инфраструктуру. Сейчас около 6% грузов из Китая следует от Транссибирской магистрали, но низкая пропускная способность дороги пока не позволяет нарастить объем поставок.

Однако, международная инициатива КНР направлена на совершенствование существующих и создание новых торговых путей, транспортных, а также эконо-

---

<sup>1</sup> Назарбаев о ШОС: На саммите в Астане начинается новая история нашей организации [эл. ресурс]: <https://informburo.kz/novosti/nazarbaev-o-shos-na-sammite-v-astane-nachinaetsya-novaya-istoriya-nashey-organizacii.html> (дата обращения – 23.02.2018).

мических коридоров, связывающих более 60 стран. Для понимания масштабов проекта нужно подчеркнуть, что 63% населения планеты проживает на территории, через которую пройдут пути. Более 100 стран и международных организаций уже присоединились к инициативе, 40 из них подписали соглашения о сотрудничестве с Китаем, а более 50 млрд. долларов КНР уже инвестировал в экономики стран вдоль «Пояса и пути» с 2013 года [Яшкова 2017].

Необходимо понимать, что современный Китай стремится существенно усилить свое влияние на евро-азиатском континенте и при этом, конечно, создать также новые возможности для свободы действий и торговли в Южной и Центральной Азии. В конечном счете в долгосрочной перспективе Китай намерен также по-новому выстроить свои отношения с Российской Федерацией и государствами – членами ЕС. Но прежде всего КНР во главу угла ставит уменьшение американского влияния на процессы организации и развития данного пространства.

Необходимо заметить, что лидеры двух стран Китая и России солидарны в выборе векторов развития Евразийского пространства, которое будет развиваться и приносить социальные благополучие населению евразийских стран.

## Выводы

В настоящее время Евразийское пространство развивается как вширь, так и вглубь. Президент Российской Федерации отметил: «Россия видит будущее евразийского партнерства не просто как налаживание новых связей между государствами и экономиками. Оно должно изменить политический и экономический ландшафт континента, принести Евразии мир, стабильность, процветание, принципиально новое качество жизни» [Россия видит...]. Выступая на Международном форуме «Один пояс, один путь» 2017 года Председатель КНР Си Цзиньпин заявил: «Пояс и путь» должны строиться как путь мир, поскольку реализация данной инициативы нуждается в мирной и стабильной обстановке» [Связаны поясом...].

Подводя итог, можно утверждать, что Евразия – пространство, геостратегически важное как в борьбе государств за мировое господство, так и в соперничестве мировых цивилизаций, и богатая сырьевыми ресурсами, без которых невозможно существование людей, народов, государств, экономик, промышленности, сельского хозяйства, развития высоких технологий и т.д.

## Источники

Бжезинский З. (2018). Великая шахматная доска [эл. ресурс]: <https://knigogid.ru/books/41467-velikaya-shahmatnaya-doska/toread>.

Данилевский Н.Я. Россия и Европа [эл. ресурс]: [http://www.odinblago.ru/istoriya\\_rossii/danilevskiy/15](http://www.odinblago.ru/istoriya_rossii/danilevskiy/15) (дата обращения – 23.02.2018).

Евразийская интеграция – ключевое направление современной политики РФ [эл. ресурс]: <http://dynacon.ru/content/articles/3054/> (дата обращения 23.02.2018).

Киселев С.Г. (2002). Основной инстинкт цивилизаций и геополитические вызовы России. М.: Известия.

Маккиндер Х. (2018). Географическая ось истории [эл. ресурс]: <https://knigogid.ru/books/677267-geograficheskaya-os-istorii/toread>.

Национальные интересы и политика безопасности государств Центральной Евразии в условиях геополитических перемен (Душанбе, 16 сентября 2015 г.). Душанбе: РТСУ.

Россия видит будущее евразийского партнерства не просто как налаживание новых связей между государствами и экономиками [эл. ресурс]: <https://ria.ru/economy/20170514/1494251850.html> (дата обращения 23.02.2018).

Связаны поясом дружбы [эл. ресурс]: <https://rg.ru/2017/05/29/v-kitae-na-forume-odin-poias-odin-put-obsudili-budushchee-evrazii.html> (дата обращения 23.02.2018).

Соловьев В. С. Три разговора о войне, прогрессе и конце всемирной истории [эл. ресурс]: [https://fictionbook.ru/author/vladimir\\_sergeevich\\_solovjev/tri\\_razgovora\\_o\\_voynie\\_progresse\\_i\\_konce/read\\_online.html](https://fictionbook.ru/author/vladimir_sergeevich_solovjev/tri_razgovora_o_voynie_progresse_i_konce/read_online.html) (дата обращения 23.02.2018).

Яшкова Т. А. (2012). Евразийская интеграция: перспективы модернизации постсоветского пространства // *Геополитика и безопасность*. Вып. 3 (19). С. 72-78.

Яшкова Т. А. (2017). Международное сотрудничество стран евразийского пространства в начале XXI века // Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции «Аналитика развития, безопасности и сотрудничества: Большая Евразия – 2030». М.: Когито-Центр. С. 201-210.

Barnett M., Finnemore M. (2004). *Rules for the World: international organizations in global politics*. Ithaca: Cornell University Press.

Eurasian Economic Integration: facts and figures (2013). Eurasian Economic Commission [el. source]: [http://www.eurasiancommission.org/ru/Documents/broshura26\\_Body\\_ENGL\\_final2013\\_2.pdf](http://www.eurasiancommission.org/ru/Documents/broshura26_Body_ENGL_final2013_2.pdf)

Mathias A., Jacobson D., Lapid Y. (eds.) (2001). *Identities, borders, orders: rethinking international relations theory*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Robertson R. (1992). *Globalization: social theory and global culture*. London: Sage.

Sliwinski A. (2011). *Civilization Network for Facebook still in production*.

Walters W. (2002). Social Capital and Political Sociology: Re-imagining Politics? // *Sociology*. No. 36 (2). P. 377-397.

## Formation and Development of the Modern Eurasian Space

**Tatyana A. Yashkova**

Academy of Labour and Social Relations, Moscow, Russia.

**Abstract.** The paper is dedicated to the critical issue of the formation of the Eurasian space at the beginning of the XXI century in conditions of a new economic transformation and destabilization of the world economic, political and cultural space. The author gives the main theoretical views of the major theorists of the Eurasian space, namely N. Danilevsky, V. Soloviev, S. Bulgakov, N. Berdyayev, V. Ernst, E. Trubetsky, as well as modern geopolitics, such as H. Mackinder and Z. Brzezinski. This paper reveals the process of formation and development of the Eurasian economic space from its inception to the present stage of development. The author analyses the main stages of the formation of the Eurasian economic space and leads different points of view of contemporary political persons directly involved in the political processes. Besides, the author analyzes the possible ways of further cooperation and interaction within the Eurasian Union in the first quarter of the XXI century in various areas of integration development, and gives an expert analysis of the future development of the Eurasian Union.

**Keywords:** Asia-Pacific region, Eurasian Union, Eurasian Economic Union, EEU, integration, international cooperation, Shanghai cooperation organization (SCO)

*For citation:* Yashkova T.A. Formation and Development of the Modern Eurasian Space. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.2. P. 85-93. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-2-85-93.

*Inf. about the author:* Tatyana Alexeevna Yashkova, Dr. Sc. (Pol.), professor at the Academy of Labour and Social Relations. Address: Адрес: 119454, Moscow, Lobachevsky st., 90. E-mail: yashkova@yandex.ru.

*Received:* 21.02.2018. *Accepted:* 15.04.2018.

## References

- Barnett M., Finnemore M. (2004). *Rules for the World: international organizations in global politics*. Ithaca: Cornell University Press.
- Bound by the belt of friendship [el. source]: <https://rg.ru/2017/05/29/v-kitae-na-forume-odin-pois-odin-put-obsudili-budushchee-evrazii.html> (In Rus.).
- Brzezinski Z. (2018). The Grand Chessboard [el. source]: <https://knigogid.ru/books/41467-velikaya-shahmatnaya-doska/toread> (In Rus.).
- Danilevsky N.Y. Russia and Europe [el. source]: [http://www.odinblago.ru/istoriya\\_rossii/danilevskiy/15](http://www.odinblago.ru/istoriya_rossii/danilevskiy/15) (accessed Feb. 23, 2018) (In Rus.).
- Eurasian Economic Integration: facts and figures (2013). Eurasian Economic Commission [el. source]: [http://www.eurasiancommission.org/ru/Documents/broshura26\\_Body\\_ENGL\\_final2013\\_2.pdf](http://www.eurasiancommission.org/ru/Documents/broshura26_Body_ENGL_final2013_2.pdf)
- Kiselev S.G. (2002). The basic instinct of civilizations and geopolitical challenges of Russia. Moscow: Izvestia (In Rus.).
- Mackinder H. (2018). The Geographical Pivot of History [el. source]: <https://knigogid.ru/books/677267-geograficheskaya-os-istorii/toread> (In Rus.).
- Mathias A., Jacobson D., Lapid Y. (eds.) (2001). *Identities, borders, orders: rethinking international relations theory*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- National interests and the security policy of the states of Central Eurasia in the context of geopolitical changes (Dushanbe, September 16, 2015). Dushanbe: RTSU (In Rus.).
- Robertson R. (1992). *Globalization: social theory and global culture*. London: Sage.
- Russia perceives the future of Eurasian partnership not just as the establishment of new ties between states and economies [el. source]: <https://ria.ru/economy/20170514/1494251850.html> (In Rus.).
- Sliwinski A. (2011). Civilization Network for Facebook still in production.
- Soloviev V.S. Three conversations about war, progress and the end of world history [el. source]: [https://fictionbook.ru/author/vladimir\\_sergeevich\\_soloviev / tri\\_razgovora\\_o\\_voyine\\_progresse\\_i\\_konce / read\\_online.html](https://fictionbook.ru/author/vladimir_sergeevich_soloviev / tri_razgovora_o_voyine_progresse_i_konce / read_online.html) (In Rus.).
- The Eurasian integration as a key direction of the current policy of the Russian Federation [el. source]: <http://dynacon.ru/content/articles/3054/> (In Rus.).
- Walters W. (2002). Social Capital and Political Sociology: Re-imagining Politics? // *Sociology*. No. 36 (2). P. 377-397.
- Yashkova T.A. (2012). Eurasian Integration: Prospects for Modernizing the Post-Soviet Space. *Geopolitics and Security*. Issue 3 (19). P. 72-78 (In Rus.).
- Yashkova T.A. (2017). International cooperation of the countries of the Eurasian space in the beginning of the XXI century. In: Collection of materials of the IV International scientific and practical conference "Analytics of development, security and cooperation: Big Eurasia – 2030". Moscow: Kogito-Center. P. 201-210 (In Rus.).

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

POLITICAL INSTITUTIONS, PROCESSES AND TECHNOLOGIES

---

## ■ ■ ■ Некоторые проблемы эффективности политических PR-коммуникаций в молодежной среде (на примере выборов депутатов в Государственную Думу 2016 г.)

**Аникин Л.С., Кошелев А.А.**

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, Саратов, Российская Федерация.

**Аннотация.** В статье рассматривается проблематика эффективности выбора инструментов продвижения политических в процессе организации и проведения PR-кампаний (на примере выборов в Государственную Думу 2016 г.) В ходе проведенного исследования авторами актуализируется понятие политического PR, подчеркивается необходимость научно-практического изучения данного феномена относительно молодежных социальных групп посредством социологических методов исследования. эффективные PR-кампании это комплекс различных мероприятий, реализуемых политическими деятелями для продвижения различного рода идей государственного устройства посредством конструирования положительного имиджа в общественном мнении того или иного социума. Ключевым моментом в данном направлении представляется воздействующий характер информационных кампаний, позволяющих создать необходимые условия для политического перевеса в процессе различного рода демократических плебисцитов. В результате исследования автором выявлены наиболее эффективные способы реализации предвыборной агитации в молодежной среде и обозначены перспективы дальнейшего изучения обозначенной проблематики.

При подготовке PR-кампаний по продвижению политических идей в будущем потенциальным кандидатам необходимо сделать акцент на встречи с молодежными социальными группами, разнообразить агитационный контент информацией, которая была бы интересна данной аудитории. Кроме того, при сохранении общепринятых стратегий, необходимо интенсивнее использовать Интернет-ресурсы, а при организации теледебатов, для достижения большей эффективности, активнее привлекать в качестве спикеров персон, обладающих непрерываемым авторитетом в молодежной среде.

**Ключевые слова:** политика, PR-коммуникация, молодежь, влияние, информация

*Сведения об авторах:* Леонид Сергеевич Аникин, доктор социологических наук, профессор кафедры социологии коммуникаций и управления Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского; Александр Анатольевич Кошелев, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии молодежи Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского. Адрес: 410012, г. Саратов, ул. Большая Казачья, 120, корпус 7. E-mail: koshelev76@mail.ru.

*Для цитирования:* Аникин Л.С., Кошелев А.А. Некоторые проблемы эффективности политических PR-коммуникаций в молодежной среде (на примере выборов депутатов в Государственную думу 2016 г.) // Коммуникология. 2018. Том 6. №2. С. 95-104. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-2-95-104.

*Статья поступила в редакцию:* 12.01.2018. *Принята к печати:* 18.03.2018.

## Актуализация проблемы социологического исследования

Политические PR-коммуникации, стали давно неотъемлемой частью современной общественной жизни. Они обладают сезонной характеристикой и особенно актуализируются в период проведения предвыборных плебисцитов. Несомненно, большинство из предлагаемых технологий воздействия заимствовано из западных практик и транслируются на целевые аудитории, исходя из их потребностей и особенностей и российской ментальности. В этой связи, крайне важным является понимание политического PR, как социального феномена, обладающего особыми свойствами, способного влиять на выбор граждан в условиях активизации борьбы различных элит за властные позиции [Хейвуд]. PR-коммуникации осуществляются путем конструирования общественных отношений в рамках предвыборных агитаций, отражающих интересы электората [Гринберг; Ольшанский; Фролова; Чудинов; Шарков]. Не будем подробно останавливаться на исследовании теорий и категориального аппарата обозначенного объекта, поскольку как таковой феномен PR, на наш взгляд, представлен в науке и практике достаточно разносторонне. В своей статье мы придерживаемся определения, предложенного профессором И.П. Яковлевым, который считает, что PR-кампания – это целостное применение средств коммуникации, в контексте общей системы информационного воздействия направленной на формирование или популяризацию имиджевых характеристик, как отдельно взятой персоны, так и организации в целом, для достижения преимущества в борьбе за власть [Яковлев: 15-16].

Как видно, из данного определения, указанный автор, как впрочем, и большинство специалистов, особое внимание уделяют коммуникативной функции исследуемого общественного феномена, которая детерминирует механизмы управления массовым поведением индивидов, создавая условия для осуществления выбора и оказывая существенное влияние на данный процесс. К особым характеристикам PR, как тактического инструмента продвижения идей в сфере политики, можно отнести наличие силового механизма, который аккумулирует и распространяет стратегические идеи, выступая тем самым регулятивным звеном управления электоральным поведением различных социальных групп в условиях политической борьбы [Лукашенко, Баранов, Демко].

Следовательно, если руководствоваться практическими требованиями, к реализации PR-кампаний, вполне очевидно, что наиболее актуальным, становится вопрос эффективного достижения поставленных целей, а именно конечного результата, который является основой любых мероприятий в области осуществления коммуникационных информационных стратегий в политической, или иной сфере [Ньюсом, Крекеберг]. Поэтому, изучение воздействия PR-кампаний на молодёжную аудиторию требует особого внимания, именно в контексте эффективности, учитывая тот факт, что данная социально-демографическая группа, в последнее время проявляет слабую электоральную активность. К тому же молодёжная аудитория превращается в неуправляемый ресурс подвергается воз-

действию радикальных сил, что находит отражение в различного рода «цветных» всплесках активности (например, события на Болотной площади).

### **Методика исследования и социально-демографический портрет респондентов**

Для более детального осмысления эффективности политического PR в контексте воздействия на предпочтения и осуществление политического выбора молодежной аудиторией было проведено социологическое исследование (на примере плебисцита в Государственную Думу 2016 г.), реализуемое в форме Интернет-опроса, как наиболее эффективного метода в изучении обозначенной аудитории. Выборка составила 220 респондентов, которыми стали молодые граждане города Саратова, достигшие совершеннолетнего возраста, имеющие возможность участия в выборах и соответствующие определению молодежь (от 18 до 35 лет).

Для проведения исследования была составлена анкета, содержащая общие вопросы, уточняющие основные социально-демографические характеристики респондентов и тематические вопросы. В анкете представлены закрытые вопросы и вопросы, подразумевающие несколько возможных вариантов ответа.

Согласно полученным результатам анкетирования в опросе приняли участия 51,7% женщин и 48,3% мужчин в возрасте от 18 до 35 лет. При этом возрастное распределение респондентов среди опрашиваемых было представлено следующим образом: 13,3% опрашиваемых – в возрасте 18-20 лет, 43,3% – 21-23 года, 21,7% – 24-26 года, 8,3% – 27-29 лет, 5% – 30-32 года, 8,3% – 33-35 лет. Таким образом, данные проведенного исследования раскрывают проблемы в различных возрастных группах современной молодежи. Социально-демографические показатели опрошенных представлены следующим образом: 8,3% опрошенных респондентов имеют среднее образование, 5% – среднее общее образование, 10% – среднее специальное образование, 10% – техническое образование. Большинство граждан, участвующих в опросе, имеют высшее образование (41,7%), 25% – неоконченное высшее образование. 40% респондентов официально трудоустроены, 40% – студенты, 10% – не работающая молодежь. Значительная часть из всех опрошенных респондентов проживают в городе (88,3%), и лишь 11,7% от всех анкетированных проживают в сельской местности. Таким образом, большая часть опрошенных – это молодые люди возрастом 21-23 года, имеющие высшее и неоконченное высшее образование, из которых – 11,7% проживают в сельской местности.

### **Анализ результатов исследования**

По результатам проведенного анализа, предвыборная кампания в Государственную Думу 2016 была в целом успешной. Большинство, из числа опрошенных (более 90%) отметили, что в период предвыборной кампании они сталкивались с технологиями воздействия на них с помощью политического пиара и

встречали агитационные материалы и в виде плакатов, лозунгов, теледебатов и др. Более того, молодые люди в период выборной кампании значительно повышают свою политическую активность. Несмотря на то, что более половины респондентов (51,7%) игнорировали выборы в Государственную Думу 2016 года, положительным стоит считать тот факт, что 48,3% молодежи все же не остались безучастными и проявили свою гражданскую позицию. Большинство молодых людей, принявших участие в голосовании, решили, кому отдать свое предпочтение, непосредственно в день самих выборов. Это свидетельствует о том, что респонденты до последнего дня не могли принять четкого решения относительно интереса к той или иной политической платформе.

В качестве ключевых механизмов принятия решения относительно того или иного лидера, респонденты отметили предвыборную программу кандидата (28,1%), непререкаемый авторитет, заработанный длительным опытом политической борьбы (21,9%), советы или просьбы референтных лиц (15,6%). Следует подчеркнуть, что лишь 9,4% из числа опрошенных, в качестве важного драйвера принятия решения отметили агитационные кампании, как инструмент продвижения политических идей. Столь невысокий показатель, на наш взгляд, обусловлен с одной стороны низким вниманием молодежи к предвыборной кампании, с другой – возможно, не эффективными методами проведения агитаций, либо отсутствием кандидатов, которые вызывали бы интерес, в том числе и отрицательный. К примеру, на выборах Президента РФ 2012 г. относительно высокий процент у М. Прохорова, полагаем, во многом стал следствием его противоречивой политической репутации, скандалов вокруг его персоны и как результат, популярность, в том числе и среди молодежной аудитории.

Что касается инструментария предвыборной агитации, то как показали, результаты проведенного исследования, активность в сфере политического PR остается одним из наиболее популярных механизмов продвижения идей. Так, 78,3% из числа опрошенных, утверждают, что руководствуются полученной информацией при осуществлении выбора, в то время как, 21,7% вообще не обращают внимание на проводимые мероприятия. Отсутствие корреляции с предыдущим выводом, по нашему мнению, объясняется субъективными составляющими респондентов, не всегда осознающим (или отказывающимся признавать) воздействие на их политический выбор со стороны профессиональных политтехнологов. Если оценивать качество получаемой информации, то большая часть из числа опрошенных, оценили агитационные PR-кампании в «3» бала (35%), «4» бала поставили 33,3%, в то время как 20% считают, что используемые технологии информационного обеспечения максимально эффективны. Что касается гендерного аспекта, то по результатам полученных данных, женщины относятся к политическим PR-кампаниям более негативно по сравнению с мужчинами (45% и 35% соответственно)<sup>1</sup>. Наиболее часто с проявлениями политического PR молодежь встречается вне дома, по пути на работу или учебу или про-

<sup>1</sup> В сумме не получается 100%, так как часть респондентов затруднились ответить.

сто отдыхая с друзьями, когда представители данной социальной группы обращают внимание на рекламные щиты, информационные доски, рекламу политиков на автобусах или стендах (более 74 %). Не менее насыщенным, по мнению респондентов, остается телевизионный эфир (обращают внимание более 54%), где абсолютными лидерами являются федеральные ресурсы – «Первый канал» – 63,3% и телеканал «Россия» (около 60%). Менее популярными телеканалами для размещения и трансляции политических программ являются: «ТНТ» – 18,3%, «НТВ» – 16,7%, «РенТВ» – 10%, «СТС» – 5%, «ТВ3» – 1,7%<sup>1</sup>.

Следует отметить, что результаты исследования подтвердили предположение о снижении популярности печатных СМИ как канала продвижения политических идей среди молодежи. Однако, при этом 26,7 % из числа опрошенных отметили, что используют данное средство коммуникации, так как оно вызывает большее доверие по сравнению с Интернет-ресурсами, где позиции молодежи традиционно в последнее время только растут (более 90% пользователей, среди опрошенных респондентов). В тоже время, несмотря на рост популярности глобальной Сети, лишь 30%, из числа пользователей Интернета встречали в сети элементы воздействия с помощью технологий политического PR, что практически показывает уменьшение роли печатной продукции.

Современные политтехнологи не в полном объеме используют передовые технологии в области интернет-продвижения или просто, недостаточно обращают внимание на молодежь, как на активный субъект политических процессов [Чудинов; Шейгал; Шарков, Силкин 2017]. Чаще всего упоминания о политиках и партиях встречаются на новостных (50%) и информационных сайтах (38,3%), также на баннерах с политическим содержанием, заметках и ссылках в социальных сетях «Одноклассники» (21,7%) и «ВКонтакте» (26,7%).

Несмотря на тот факт, что большинство молодых людей встречали элементы политического пиара на телевидении, улице, в газетах и интернете, многие остались неудовлетворенными количеством, а главное – содержанием полученной информации. Для принятия решения отдать свой голос тому или иному кандидату нужно быть хорошо информированным о каждом из них. Большая часть молодежи (56,7%) считает, что количество информации полученной ими в процессе предвыборной кампании, слишком мало, 43,3% считают что, они были достаточно проинформированы. Вполне логично, что для того, чтобы избиратели смогли выразить свое мнение, они должны знать о политической ориентации каждого кандидата, а также предполагается, что они согласны с политическими взглядами и убеждениями избранного политика.

Как показали результаты исследования, большая часть молодежи считает, что им не достаточно информации в период предвыборной кампании, и они не могут всецело оценить заслуги кандидатов и выбрать из них лучшего. Следовательно, для того чтобы молодые люди голосовали за кандидата, действитель-

---

<sup>1</sup> Сумма превышает 100%, так как респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответа.

но заслуживающего их голоса, кампании каждого депутата или партии должны быть более содержательными. Основываясь на результатах проведенного анализа, можно утверждать о том, что политический пиар нужно использовать шире на телевидении и радио (41,7%). Респонденты также отмечают недостаток политической рекламы в интернете (35%) и в газетах (13,3%).

Как уже было отмечено, проявление технологий PR в политической сфере наиболее заметно в период предвыборных кампаний. В процессе их реализации используется определенная система избирательных технологий: создание команд поддержки, контрпропаганда, массовые акции, кампании «от двери к двери» и т. д.

На наш взгляд, следует считать положительным тот факт, что современная молодежь знает такие средства политического пиара как: пропаганда, издание партийной газеты, радиовещательный пиар, адресная и безадресная рассылка, круглый стол. Все вышеперечисленные средства «пиара» встречала молодежь в период предвыборной кампании, однако далеко не все методы известны данной социальной группе. К сожалению, самым известным видом политического пиара в молодежной среде является «черный» пиар, он известен 39% из числа опрошенных респондентов. Далее по степени известности респонденты выделяют «самопиар» (31,7%), «белый» пиар (30%), «желтый» пиар (18,3%). Менее известными для сегодняшней молодежи являются так называемые виды «пиара» как красный, серый, коричневый, зеленый и вирусный. 26,7% опрошенных респондентов не знают ни одного их перечисленных видов пиара, что вполне логично, учитывая, что в качестве респондентов, не было профессионалов практиков или ученых, занимающихся теоретическим осмыслением данной проблемы.

Что касается наиболее эффективных форм политического PR, то по мнению респондентов, наибольшую результативность дает встреча с избирателями (33%), где в процессе взаимодействия уточняются различные формулировки выдвинутой предвыборной кампании. Несмотря на возможность в прямом эфире доказать преимущество своей программы, такая форма PR, как теледебаты, интересна лишь 19%, из числа опрошенных. Вероятно, это связано, с тем, что время выхода в эфир подобных телепередач не совпадает с интересами молодежной аудитории, предпочитающей несколько иначе проводить досуг или обращать внимание на другие программы. К примеру, «Вечер с Владимиром Соловьёвым» совпадает в эфире с одиозным и противоречивым «Домом 2».

Для сравнения, схожие результаты были выявлены при анализе результатов вторичного исследования «Интерес к теледебатам – влияют ли теледебаты на решение о голосовании», проводимые фондом «Общественное мнение» (ФОМ)<sup>1</sup>. В опросе приняли участие граждане РФ от 18 лет и старше, из 104 населенных пункта. Выборка составила 1500 респондентов. При ответе на вопрос: «Вы смотрели или еще не смотрели теледебаты между партиями – участницами думских

<sup>1</sup> Интерес к теледебатам Влияют ли теледебаты на решение о голосовании [электронный ресурс]: <http://fom.ru/posts/12836> (дата обращения 25.03.2017).

выборов 2016 года?», подавляющее большинство ответили: «Не смотрел и не буду» – 51%, «Да, смотрел» – ответили 21% респондентов.

Следовательно, полученные данные свидетельствуют о том, что для молодежи указанный вид продвижения политических идей, пока не столь эффективен. Кроме того, из числа тех, кто считает данный вид агитации полезным, лишь около трети полагают, что подобные мероприятия способны оказать влияние на ход избирательного процесса, так как обеспечивают персонафикацию политических вопросов, в то время как более 50 % имеют совершенно противоположное мнение. Что касается остальных популярных форм информационного воздействия, то ответы распределились следующим образом: листовки (6,7%), пресс-конференции (6,7%), интервью (6,7%).

### **Выводы и некоторые практические рекомендации**

Таким образом, можно сделать вывод, что эффективные PR-кампании это комплекс различных мероприятий, реализуемых политическими деятелями для продвижения различного рода идей государственного устройства посредством конструирования положительного имиджа в общественном мнении того или иного социума. Ключевым моментом в данном направлении представляется воздействующий характер информационных кампаний, позволяющих создать необходимые условия для политического перевеса в процессе различного рода демократических плебисцитов [Баранова, Здравомыслова; Даченков; Фролова]. В противовес пессимистическим толкованиям, результаты исследования продемонстрировали высокие показатели информированности о выборах в Государственную Думу 2016 г. среди молодежной аудитории, а также позволили выявить положительные тенденции в проявлении политической активности данной социальной группы (около 50 % респондентов приняли участие в голосовании). В качестве важных факторов, оказывающих влияния на принятие решения относительно того или иного кандидата, большинство респондентов отмечают предвыборные кампании кандидатов и ранее сформированный авторитет. Лишь 9,4% из числа опрошенных отмечают роль агитационных кампаний.

Низкий показатель эффективности информационных кампаний в период выборов в Государственную Думу, на наш взгляд, является следствием не только нестабильного интереса молодежи к PR-кампаниям, но и отсутствием ярких политических деятелей, каковыми на президентских избирательных процессах 2012 г. являлись действующий руководитель В. Путин и противоречивая фигура кандидата от оппозиции М. Прохоров. Более того, полученные результаты носят ярко выраженный субъективный характер, когда респонденты не осознают причинно-следственной связи принятого ими решения. Яркой демонстрацией этого предположения является тот, факт, что около 80 %, из числа опрошенных, отметили важность информационных кампаний в процессе сделанного ими политического выбора. Возможно, причиной столь низких оценок послужило качество представляемой информации, которой, по мнению, большинства респондентов недостаточно.

Наиболее часто молодежь сталкивается с предвыборной агитацией на рекламных щитах, информационных досках, на транспорте или стендах. К числу популярных каналов продвижения политической информации респонденты традиционно относят федеральные телевизионные каналы, что вполне предсказуемо, учитывая плотность эфира последних в период активизации избирательных процессов [Алехин; Андреев; Гавра, Хубецова]. В тоже время достаточно неожиданными в оценке параметров эффективности оказались практически равные показатели популярности печатной прессы и сети Интернет. Основным аргументом подобного противоречия выступает более высокий уровень доверия к печатной прессе, и наоборот – к интернет-ресурсам. На наш, взгляд, это связано с неуправляемым характером интернет-пространства и появлением многочисленных «фейковых» новостей на площадках интернет-медиа. Кроме того, возможными причинами могли стать, как неправильно выбранные PR- стратегии, так и особенности молодежи, чья электоральная активность в предыдущие годы отмечалась, как крайне низкой.

В процессе предвыборной агитации большинство из числа опрошенных, отметили информированность об использовании таких форм как пропаганда, издание партийной газеты, радиовещательный пиар, адресная и безадресная рассылка, круглый стол. Как показала практика, наибольшей эффективностью в области достижения избирательных целей в политической борьбе за власть, молодежь считает личные встречи с кандидатом, на которых можно уточнить интересующие моменты и быстро получить обратную связь. Несмотря на популярность телевидения, низким процентом эффективности по результатам анализа обладают теледебаты, что стало вполне предсказуемо, учитывая, что подобные передачи совпадают в эфирном времени с трансляциями рейтинговых молодежных проектов.

При подготовке PR-кампаний по продвижению политических идей в будущем потенциальным кандидатам необходимо сделать акцент на встречи с молодежными социальными группами, разнообразить агитационный контент информацией, которая была бы интересна данной аудитории. Кроме того, при сохранении общепринятых стратегий, необходимо интенсивнее использовать Интернет-ресурсы, а при организации теледебатов, для достижения большей эффективности, активнее привлекать в качестве спикеров персон, обладающих непререкаемым авторитетом в молодежной среде.

## Источники

- Алехин Э.В. (2012). Управление общественными отношениями: Учебник. Пенза. Изд-во ПГУ.
- Андреев С.Н. (2002). Маркетинг некоммерческих субъектов. М.
- Арутюнова Н.Д. (1990). Референция // Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. М.: Советская энциклопедия. С. 411.
- Баранова И., Здравомыслова О., Киселева К. (2001). Отношение населения к благотворительности в России. М.
- Бородина И. (2000). Некоммерческий PR в коммерческих целях // Маркетолог. 01. 12.2000.
- Гавра Д.П. Хубецова З.Ф. (2010). Учебно-методический комплекс по теории и практике политического PR. СПб.
- Гринберг Т.Э. (2005). Политические технологии: пиар и реклама. М.: Аспект Пресс.

Даченков И. (2001). Нам стоит взглянуть на оборотную сторону медали// Советник. 29.10.2001.

Лукашенко М.А., Баранов Д.Е., Демко Е.В. (2010). PR: теория и практика / Под ред. М.А. Лукашенко. М.: Маркет ДС.

Ньюсом Д., Крукеберг Д. (2001). Все о PR: теория и практика паблик рилейшнз. М.: ИНФРА-М.

Ольшанский Д.В. (2003). Политический PR. СПб.: Питер.

Плотникова С.Н. (2014). Дискурсивное конструирование как теоретическое понятие // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. № 5 (90). С. 41–46.

Сёрль Дж. Р. (1982). Референция как речевой акт // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 13. Логика и лингвистика (Проблемы референции). М.: Радуга. С. 179-202.

Управление общественными отношениями. (2009). Учебник. Изд. 2-е, перераб. и доп. / Под общ. ред. В.С. Комаровского. Москва.

Фролова Е.А. (2017). Референтная ситуация в политическом пиар-дискурсе: особенности конструирования // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. Т. 16. №4. С. 193-200. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2017.4.18>.

Хейвуд Р. (1999). Все о PR / Пер. с англ. Москва.

Чудинов А. П. (2006). Политическая лингвистика. М.: Флинта: Наука. 256 с.

Шейгал Е.И. (2000). Семиотика политического дискурса. Волгоград: Перемена. Шарков Ф.И. (2014). Политический консалтинг. М.: Дашков и К<sup>о</sup>.

Шарков Ф.И., Силкин В.В. (2017). Коммуникология: теория и практика массовой информации. М.: Дашков и К<sup>о</sup>.

Chilton P., Schaffner C. (2002). Politics as Text and Talk: Analytical Approaches to Political Discourse. Amsterdam: Benjamins. 245 p.

Heath R. L. (2005). Encyclopedia of public relations. London: Sage Publications.

## ■ ■ ■ To the Effectiveness of Political Communication in Youth Environment (on the example of parliamentary poll to the State Duma in 2016)

**Leonid S. Anikin, Anderey A. Koshelev**

Saratov State University, Saratov, Russian Federation.

**Abstract.** The paper is dedicated to the tools and methods of political communication (parliamentary poll to the State Duma in 2016). The authors actualize the concept of political PR, emphasize the need for scientific and practical study of this phenomenon relative to youth social groups through sociological research methods. According to the authors, effective PR campaigns are a set of various measures implemented by politicians to promote various kinds of ideas of the state system through the construction of a positive image in the public opinion. The key point in this direction seems to be the influencing nature of information campaigns that create the necessary conditions for a political advantage in the process of various kinds of democratic plebiscites. As a result of the research, the author reveals the most effective ways of pre-election campaigning in the youth environment and outlines the prospects for further study of the problem. When preparing PR campaigns to promote political ideas in the future, potential candidates should focus on meetings with youth social groups, diversify the content so that would be of interest to the audience. In addition, while maintaining conventional strategies, it is necessary to use Internet resources more intensively, and when organizing TV debates, in order to achieve greater efficiency, to actively involve as speakers persons with unquestionable authority in the youth environment.

**Keywords:** politics, PR, campaign, youth, influence, information

*For citation:* Anikin L.S., Koshelev A.A. To the Effectiveness of Political Communication in Youth Environment (on the example of parliamentary poll to the State Duma in 2016). *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No. 2. P. 95-104. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-2-95-104.

*Inf. about the authors:* Leonid Sergeevich Anikin, Dr. Sc. (Soc.), professor at the department of sociology of communications and management, Saratov State University; Alexander Anatolievich Koshelev, Cand. Sc. (Soc.), associate professor at the department of sociology of youth, Saratov State University. Address: 410012, Saratov, Bolshaya Kazachya str., 120/7. E-mail: koshelev76@mail.ru.

*Received:* 12.01.2018. *Accepted:* 18.03.2018.

## References

- Alekhin E.V. (2012). Management of public relations: Textbook. Penza (In Rus).
- Andreev S.N. (2002). Marketing of non-profit entities. Moscow (In Rus).
- Arutyunova N.D. (1990). Reference. In: Linguistic Encyclopedic Dictionary / ed. V.N. Yartseva. M.: Soviet encyclopedia. P. 411.
- Baranova I., Zdravomyslova O., Kiseleva K. (2001). The population's attitude to charity in Russia. Moscow (In Rus).
- Borodina I. (2000). Non-commercial PR for commercial purposes. *Marketer* (In Rus).
- Gavra D.P. Hubecova Z.F. (2010). Educational and methodical complex on the theory and practice of political PR. SPb (In Rus).
- Grinberg T.E. (2005). Political technologies: public relations and advertising. M.: Aspect Press (In Rus).
- Dacenkov I. (2001). We should look at the reverse side of the coin. *Sovetnik* (In Rus).
- Lukashenko M.A., Baranov D.E., Demko E.V. (2010). PR: theory and practice / ed. by M. A. Lukashenko. M.: Market DS (In Rus).
- Newsome D., Kruckeberg D. (2001). All about PR: the theory and practice of public relations. M.: INFRA-M (In Rus).
- Olshansky D.V. (2003). Political PR. SPb.: Peter (In Rus).
- Plotnikova S.N. (2014). Discourse construction as a theoretical concept. *Proceedings of Volgograd state pedagogical University*. No. 5 (90). P. 41-46 (In Rus).
- Searle J.R. (1982). Reference as a speech act. *New in foreign linguistics*. Vol. 13. Logic and linguistics (reference problems). M: Rainbow. P. 179-202 (In Rus).
- Management of public relations. (2009). Textbook, 2<sup>nd</sup> ed. / ed. by V.S. Komarovskiy. Moscow (In Rus).
- Frolova E.A. (2017). The reference situation in the political PR discourse. *Vestnik of Volgograd State University*. Series 2, Linguistics. 2017. Vol. 16. No. 4. P. 193-200. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2017.4.18> (In Rus).
- Heywood R. (1999). All about PR. Moscow (In Rus).
- Chudinov A.P. (2006). Political linguistics. M.: Nauka (In Rus).
- Sheigal E.I. (2000). Semiotics of political discourse. Volgograd: Peremena (In Rus).
- Sharkov F.I., Silkin V.V. (2017). Communicology: theory and practice of mass media. M.: Dashkov & Co. (In Rus).
- Chilton P., Schaffner C. (2002). Politics as Text and Talk: Analytical Approaches to Political Discourse. Amsterdam: Benjamin.
- Heath R.L. (2005) Encyclopedia of public relations. London: Sage Publications.

## ■ ■ ■ Применение социальных технологий в исследовании информационных императивов коммуникации (на примере информационного противоборства)

**Шарков Ф.И., Горохов А.М.**

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

**Аннотация.** Современная социология ставит перед собой цель обогатить исследовательский потенциал информационного поиска и расширить коммуникационные возможности локализации неоправданного информационного противоборства. Выработка информационных императивов как общезначимых нравственных предписаний представляет собой определение совокупности требований глобального сообщества к новым моделям межгосударственных коммуникаций, с помощью которых можно было бы влиять на протекающие глобальные процессы.

Информационное противоборство затрагивает использование информационной среды, сведений отдельных лиц и организаций, информации, циркулирующей в социальных сетях. Оно не обходится без влияния на жизнь определенного сообщества, принятия политических или военных решений, как и без проведения консультаций и координации деятельности заинтересованных лиц с использованием информации. Такое противоборство непременно вынуждают его участников анализировать последствия от своих действий и реакции противников.

Социальные технологии информационного воздействия нацелены на сохранение устойчивости информационно-коммуникационной среды. Это возможно при принятии грамотных управленческих решений в условиях информационного противоборства.

**Ключевые слова:** человек, коммуникация, информация, информационное противоборство, социальная технология

*Для цитирования:* Шарков Ф.И., Горохов А.М. Применение социальных технологий в исследовании информационных императивов коммуникации (на примере информационного противоборства) // Коммуникология. 2018. Том 6. №2. С. 105-115. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-2-105-115.

*Сведения об авторах:* Шарков Феликс Изосимович, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой общественных связей и медиаполитики ИГСУ РАНХиГС; Горохов Александр Михайлович, аспирант кафедры общественных связей и медиаполитики ИГСУ РАНХиГС. Адрес: 119571, г. Москва, проспект Вернадского, 84. E-mail: sharkov-felix@mail.ru.

*Статья поступила в редакцию:* 21.01.2018. *Принята к печати:* 05.03.2018.

## Информационные императивы международных коммуникаций

Во всем мире неуклонно, происходит увеличение численности людей, работающих в информационной сфере. В Российской Федерации с середины 90-х годов происходит лавинообразное нарастание информационного производства. Возможность свободно получать и передавать любые объемы и типы информации создает в поле научного поиска некий социальный хаос, когда последствия от воздействия информационных инструментов и других видов деятельности, бывает трудно предсказать. Нередко это приводит к риску ослабления национальной безопасности, к негативным экономическим, социальным, политическим последствиям. Увеличение интенсивности общения, рост объема недостоверной информации требуют применения значительных усилий по противодействию негативным практикам и преднамеренным манипуляциям, вызывающим накопление потенциала неопределенности.

«Речь идет о выработке императивов как общезначимых нравственных предписаний, совокупности требований глобального сообщества к новым моделям межгосударственных коммуникаций, с помощью которых можно было бы влиять на протекающие глобальные процессы с целью корректировки их направленности не способом прямого управления...» [Шарков, Баранов, Гайденок: 113].

Для вывода коммуникации на первый план мировоззренческой картины от человека требуется известность тех предпосылок коммуникации, которые обеспечивали бы сторонним сообществам взаимопонимание с человеком. В общем случае специалист судит об информации как о чем-либо устраняющим для него неопределенности. Фактически положение и роль информации в жизненной практике, которые априори лишают смысл коммуникации человека точности для любого предмета коммуникации, усиливают исследовательский интерес к вопросам информационного сопровождения коммуникации, творческим подходам к аргументации, практическим подходам к переходу между информационно-смысловыми языками профессионального общения [Урсул; Крянев]. В пользу этого говорят следующие очевидные особенности.

Во-первых, комплексные ролевые структуры международных отношений предопределяют ряд сложных механизмов многонационального взаимодействия функций и задач в экономической, политической, культурно-цивилизационной, военно-технической и других сферах жизнедеятельности.

Во-вторых, повышение значимости гуманитарного фактора в виде необходимости предварительного учета как особенностей межнациональных, межэтнических, межконфессиональных отношений, так и возможных навыков использования баланса интересов в условиях глобализации обуславливает и комплексный облик информационного влияния.

В-третьих, сложность и комплексный характер механизмов принятия и реализации решений в рамках обеспечения информационной безопасности РФ для эффективного рассмотрения коммуникации представляют собой минимальный набор задач и требует рассмотрения специфики современного информационного противостояния.

Глобализация умножает информационные потоки между странами и ускорила обмен опытом [Попов, Гришина: 19-21]. Какие сегодня существуют возможности для влияния на понимание смысла политической коммуникации, возможно предположить, рассмотрев несколько следующих факторов современного этапа жизнедеятельности общества. Соответственно, условием определения осознанности коммуникации человека возможно предположить освоение на базе социальных технологий принципов функционирования многофакторных моделей, часть которых имеет человеко-ориентированные функции [Горохов, Шарков: 210-211].

Социология рассматривает в эти процессы в связи с проблематикой развития социальных отношений и условий для реализации собственных жизненных практик и проявления своей активности. Во всех индустриальных обществах социальные отношения реализуются в виде длительных исторических проектов, которые смогли преодолеть волны кризисов. Решения, выработанные в период кризисов требуют последующей корректировки исходя из складывающихся условий. Способность наладить подобные отношения, в свою очередь, зависит от стабильности функционирующих социетальных институтов, таких как государственное устройство или законодательство [Флигстин: 23-59].

### **Развитие новых технологий социальных коммуникаций**

Изобретение новых технологий зачастую приводит к необходимости применения неординарных подходов и решений. Среди всех технологий, применяемых в управлении общественными отношениями особое место занимают социальные технологии [Романенко]. Применяя социальные технологии следует базироваться как на общих технологических принципах, так и на принципах социальных технологий, применимы в конкретных условиях и по отношению существующих социальных отношений. Следовательно, осмысление технологий, применяемых в общественном секторе направлено на то, каким образом они учитывают структуру и содержание отношений в сообществах и между ними, а также и с государственными органами.

Одним из фактором системности социальной технологии и неким скрепом между субъектом и объектом управления выступает тот факт, что управленец часто бывает включен и в управляющий, и в управляемый контуры социальной системы. Социальные технологии применяются и при разработке организационных мер, и при оказании управленческого воздействия на те или иные сегменты социального пространства [Горохова; Тощенко; Патрушев]. Особенностью использования социальной технологии является и то, что деятельность человека порождает аргументированное социальное действие и противодействие, что собственно и является результатом применения социальной технологии. Владение методологической основой функционирования современного информационного пространства позволяет выстраивать стратегические планы корректного применения информационных ресурсов.

Применение социальной технологии требует соблюдения определенных положений, касающихся выстраивания оптимальных коммуникаций.

Во-первых, любая социальная коммуникация предполагает наличие определенного уровня компетентности сторон коммуникации, что способствует реализации адекватной модели коммуникации.

Во-вторых, признание коммуникантами собственной индивидуальности не должно служить препятствием для успешного протекания коммуникативного процесса. Уважение норм, обычаев, этикета, культуры участников коммуникации позволит достичь оптимального коммуникативного эффекта. Контакт с любым социальным объектом начинается с поучения информации об этом объекте [Шарков, Горохов: 63-64].

В-третьих, стороны коммуникации далеко не всегда находятся в общем информационно-смысловом пространстве или вовсе не гарантировано полное понимание языков друг друга. Эта ситуация требует применения правильной социолингвистической парадигмы для формирования соответствующей медиативной техники и технологии. Причем посредником в смысловом поле могут быть не только люди, но и объединяющие коммуницирующие стороны невербальные символы, понятные всем сторонам коммуникации.

С учетом рассмотренных положений обратимся к вопросам информационного противоборства, препятствующим доброжелательному диалогу, и вынуждающим применять меры по обеспечению защиты собственной информации и информационных систем.

### **Актуальное состояние информационного противоборства**

Всеобщая информатизация всех сфер жизнедеятельности требует изучения информационного влияния на человека со стороны тех или иных субъектов, наличие которых реципиент, получивший информацию, ощущает, но не всегда в состоянии их идентифицировать.

Информационное противоборство затрагивает использование информационной среды, сведений отдельных лиц и организаций, информации, циркулирующей в социальных сетях. Оно не обходится без оказания влияния на жизнь определенного сообщества, принятия политических или военных решений. Информационное противоборство не обходится без проведения консультаций и координации деятельности заинтересованных лиц с использованием информации. Такое противоборство непременно вынуждают его участников анализировать последствия от своих действий и реакции противников.

Индивидуальные информационно-смысловые языки общения, нормы, обычаи, ценности в коммуникативном процессе не всегда согласуются между собой и вызывают противоречия. Они, в свою очередь подпитывают ситуацию напряженности между субъектами коммуникации, что непременно сопровождается и информационным противоборством. Особо такое состояние проявляется на уровне межгосударственного противоборства

**1. США.** В Стратегии национальной Безопасности США проводится мысль о том, что массированная информационная обработка населения собственной страны, а также стран-союзников и партнеров сделает налогоплательщиков более восприимчивыми к потребностям военных ведомств<sup>1</sup>. Контроль в информационной сфере позволяет нетрадиционными методами достигать стратегических целей в отдельной стране или регионе при существенной экономии ресурсов. Своеобразная «Дорожная карта» информационного противостояния была обнародована Президентом США Дональдом Трампом в декабре 2017 года<sup>2</sup>. В данном документе ставится ряд задач, связанных с ведением информационного противоборства: совершенствование знаний и представлений о том, как противник завоевывает информационные и психологические преимущества в самых разных сферах; разработка и проведение эффективных коммуникационных кампаний в целях усиления американского влияния и противодействия идеологическим угрозам со стороны радикальных исламистских группировок и недружественных государств; разоблачение вражеской пропаганды и дезинформации.

Согласно указанным положениям информационное противоборство понимается как действия человека, организации, страны, предпринимаемые для достижения информационного превосходства в поддержке национальной военной стратегии посредством воздействия на информацию и информационные системы противника при одновременном обеспечении безопасности и защиты собственной информации и информационных систем.

**2. Европа.** Учитывая усилия Европейского Союза по развитию военного потенциала необходимо учитывать, что ведущие страны ЕС – это высокоразвитые индустриальные государства. В 2013 году Высоким представителем по иностранным делам в документе о политике безопасности «Стратегия кибербезопасности НАТО» были сформулированы и закреплены проблемы и задачи в этой сфере на предстоящие годы [Шереметьев]. Европейский Совет, подтвердивший значимость четырех приоритетов Европейского оборонного агентства в научно-технической сфере, поставил задачу развития «конкретных проектов, нацеленных на обучение, тренировку и улучшение гражданско-военного сотрудничества на базе Стратегии кибербезопасности ЕС [Журкин: 203-210].

Подводя итоги проделанной работы, руководитель Европейского оборонного агентства Клод-Франс Арнау в ходе обсуждения в Европейском парламенте деятельности НАТО в 2014 году назвал одной из четырех особо приоритетных областей – кибероборону. Все внимание Европейской комиссии в этой концепции сосредотачивалось на защите компьютерных систем граждан и организаций в экономике, социальной и других областях воспроизводства общественного уклада [Журкин: 203-210]. Наконец, аналогичная американской «дорожная карта» была принята 15 января 2018 года на заседании экспертной группы вы-

<sup>1</sup> <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2017/12/NSS-Final-12-18-2017-0905.pdf>.

<sup>2</sup> <https://edition.cnn.com/2017/12/18/politics/trump-national-security-strategy/index.html>.

сокого уровня по «противодействию поддельным фейковым новостям и дезинформации в Интернете». В работе группы под председательством экспертов Еврокомиссии по вопросам цифровой экономики и общества Марии Габриель приняли участие около 40 специалистов, представляющих организации гражданского общества стран Европейского союза, социальные сети, СМИ и научное сообщество<sup>1</sup>.

**3. Российская Федерация.** Война в символических пространствах политических коммуникаций не так уж безобидна, как может показаться на первый взгляд. Использование информационно-коммуникационных систем для формирования образа врага – это своего рода предварительный символический артобстрел позиций противника перед началом генерального наступления и подготовка мирового общественного мнения к последующим действиям [Козырев Г.И.: 106-115]. Для раскрытия указанного явления информационного противоборства выделим научные источники для репрезентивного исследования этого явления. В частности, в работе Д.Н. Кравцова представлен обзор научных исследований по предмету развития информационного противоборства в информационном пространстве определенного общества. [Кравцов Д.Н.: 78-89]. К основным направлениям изучения данного феномена с точки зрения научного осмысления этого явления необходимо отнести:

– рассмотрение теоретических и технологических основ информационного противоборства, его концептуализация в работах А.В. Манойло, Г.Г. Почепцова, В.Д. Попова, С.П. Расторгуева и др.;

– исследование теоретических и методологических проблем информационно-психологического влияния, ведения информационно-психологических операций в работах Г.В. Грачева, А.А. Матеюка, И.К. Мельника, И.Н. Панарина, В.Д. Попова, Г.Г. Почепцова и др.;

– анализ исторических аспектов и проблем развития информационно-психологического противоборства в работах В.Д. Попова, Г.Г. Почепцова, В.Ф. Прокофьева, В.Б. Толубко, В.В. Силкина и др.

В рамках первой итерации исследования возможностей военно-политической журналистики на сегодняшний день сложились определенные обстоятельства, указывающие, что наиболее целесообразным представляется выработка и заблаговременное обнаружение интегративных и синкретичных форм взаимодействия между сообществами. На прошедшей в начале апреля в Москве VII конференция по международной безопасности, организованной Министерством обороны РФ<sup>2</sup> рассматривались проблемы:

– конкурентоспособности национального сектора информационных технологий;

– национального медиапространства;

<sup>1</sup> Запад наращивает информационное давление на Россию. [http://nvo.ng.ru/concepts/2018-02-16/1\\_984\\_west.html](http://nvo.ng.ru/concepts/2018-02-16/1_984_west.html).

<sup>2</sup> [http://nvo.ng.ru/concepts/2018-04-13/1\\_992\\_system.html](http://nvo.ng.ru/concepts/2018-04-13/1_992_system.html).

- успешности и точности подготовки компетентной кадровой базы;
- обеспечения лингвистической безопасности русского языка при одновременном развитии языков других народов России.

Этот спектр рассмотренных вопросов характеризует некую репрезентацию требующих разрешения проблем в условиях обострения информационного противоборства России и ее оппонентов из числа зарубежных стран. Для раскрытия проблем рискогенности информационного противоборства обратимся к Военной доктрине Российской Федерации Согласно официальному документу от 2010 года одной из определяющих особенностей современных конфликтов является заблаговременное проведение мероприятий информационного противоборства для достижения политических целей без применения военной силы, а в последующем – в интересах формирования благоприятной реакции мирового сообщества на применение военной силы (Военная Доктрина РФ. Раздел II. Пункт 13) [ЦАСТ].

Кроме того, в современной редакции Военной Доктрины РФ характерной чертой современного конфликта указано использование финансируемых и управляемых извне политических сил, общественных движений. С позиций военно-экономического обеспечения обороны государства Российская Федерация осуществляет военно-политическое сотрудничество с иностранными государствами, международными организациями на основе внешнеполитической, экономической целесообразности и в соответствии с федеральным законодательством и международными договорами Российской Федерации. (Военная Доктрина РФ. Раздел IV. Пункт 54)<sup>1</sup>.

## Выводы

В современных условиях одной из основных внешних опасностей и угроз является использование информационных и коммуникационных технологий в военно-политических целях для осуществления действий, противоречащих международному праву, направленных против суверенитета, политической независимости, территориальной целостности какого-либо государства и представляющих угрозу международному миру, безопасности, глобальной и региональной стабильности. Применение социальных технологий в исследовании информационных императивов коммуникации, осуществляемых в условиях информационного противоборства предполагает соблюдения определенных положений, касающихся выстраивания оптимальных коммуникаций и применение адекватных информационных систем.

Информационные императивы коммуникации рассмотрены авторами как совокупность социальных требований к осуществлению взаимодействия между различными субъектами, соблюдая которые можно было бы осуществлять

---

<sup>1</sup> [http://www.mid.ru/foreign\\_policy/official\\_documents/-/asset\\_publisher/CptlCk6BZ29/content/id/589760](http://www.mid.ru/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptlCk6BZ29/content/id/589760).

адекватное коммуницирование и использовать оптимальные информационные средства и технологии.

## Источники

Горохов А.М., Шарков Ф.И. (2016). Гагаринские чтения – 2016: XLII Международная молодёжная научная конференция: Сборник тезисов докладов: Т. 2: М.: Моск. авиационный институт (национальный исследовательский университет). С. 210-211.

Горохова Е.Ю. (2013). Социальная технология управления знаниями в многонациональной организации. М.: Эдитус. 222 с.

Журкин В.В. (2014). Военная политика Евросоюза. Институт Европы РАН. С. 203-210.

Козырев Г.И. (2016). Коммуникация сотрудничества, соперничества, вражды в современном мире // *Коммуникология*. Т.4. №1. С. 106-115.

Кравцов Д.Н. (2017). Информационно-психологическое оружие как средство обеспечения защиты национальных интересов государства // *Коммуникология*. Т.5. №3. С. 78-89.

Крянев Ю.В., Моторина Л.Е., Павлова Т.П. (2012). Философия информационных и коммуникационных систем. М.: Изд-во МАИ.

Марков Б.В. (1997). Философская антропология: очерки истории и теории. СПб.: Изд-во «Лань». С. 76-94.

Патрушев В.И., Иванов В.Н. (1999). Социальные технологии: Курс лекций. М.: Изд-во МГСУ «Союз».

Попов Ю.Н., Гришина Т.В. (2017). Социокультурные коммуникации как фактор глобально-социально-экономического управления // *Коммуникология*. Т.5. №1. С. 19-21.

Романенко В. Н., Никитина Г. В. (2011). Общие технологии. СПб.: ИВЭСЭП. С. 245-247.

Тощенко Ж.Т. (2011). Социология управления. Учебник. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга.

Урсул А.Д. (2010). Природа информации. Философский очерк. Российский Государственный торгово-экономический ун-т. Центр исследований глобальных процессов и устойчивого развития. Челябинск.

Флигстин Н. (2013). Архитектура рынков: экономическая социология капиталистических обществ XXI века. Нац. Исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. Дом Высшей школы экономики. С. 23-59.

Шарков Ф.И., Горохов А.М. (2016). Социальные технологии управления коммуникациями в профессиональной деятельности // *Коммуникология: Электронный научный журнал*. Том 1. № 1. С. 63-64.

Шарков Ф.И., Баранов А.В., Гайденко С.П. (2018). Консолидирующая роль социокультурных коммуникационных императивов глобального управления // *Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление*. №4 (95). С. 113-117.

Шарков Ф.И. (2013). *Коммуникология: Основы теории коммуникации*. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко». 488 с.

Шереметьев Д.В. (2017). Эволюция европейской политики безопасности и обороны в условиях глобализации: монография. М.: Международные отношения. 200 с.

Bissett A. (2002). Education for Ethics: CP.Snow's 'Two Cultures' Forty Years On [el. source]: <http://www.ccsr.cms.dmu.ac.uk/conferences/ethicomp2002/abstracts/10.html>.

Facer K., Furlong R. (2001). Beyond the myth of the 'cyberkid': young people at the margins of the information revolution. *J. Youth Stud.* Vol. 4. No.4. P: 451-469.

Giddens A. (1984). The constitution of society: outline of the theory of structuration. Cambridge: Polity. *Technology in Society* 25 (2003) 99-116.

Johnson O. (2012) Information and Communication Technology (ICT) roadmap in Nigeria. A speech delivered by the Honorable Minister of Communication Technology at presentation of policy draft on ICT in Nigeria. December 15.

Nura T.A. (2008). Information and Communications Technology (ICT) in Northern Nigeria: The Constraints. Department of Innovation Technology, Jigawa State Institute of Information Technology, Kazaure, Jigawa State, Nigeria.

Oji-Okoro M. (2006). Mobile telephony and sustainable livelihoods in Nigeria: Case studies from south east Nigeria. In: Iyoha, C.C. (Ed.). Mobile telephony: Leveraging strengths and opportunities for socio-economic transformation in Nigeria. Lagos: Ezcell Communications Ltd. P.5 3-56.

Oketunji I. (2000). Computer applications in libraries. A compendium of papers presented at the 39<sup>th</sup> National Annual Conference of the Nigerian Library Association. Owerri. P. 2-4.

Selwyn N. (2002). Defining the digital divide: developing a theoretical understanding of inequalities in the information age. Occasional paper 49, Cardiff University School of Social Sciences.

## ■ ■ ■ Application of Social Technologies in the Study of Information Imperatives of Communication (on the example of information confrontation)

**Felix I. Sharkov, Alexander M. Gorokhov**

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

**Abstract:** Contemporary sociology aims at enriching the research potential of information and expanding the communication capabilities of localization of unjustified information standoff. The elaboration of information imperatives for communication as generally valid moral norms is a definition of a set of requirements; the set of requirements of the global community to a new models of international or intergovernmental communications, with the help of which the influence on the ongoing global processes in the conditions of information confrontation and standoff would be possible.

Information reaction and counteraction as a whole affects the use of the information environment, information of individuals and organizations, information circulating in social networks. This does not stay without influencing the life of a certain community, making political or military decisions. Information confrontation does not go without consulting and coordination of the any stakeholders activities which producing and/or using information. Such standoff will certainly force its participants to analyze the consequences of their actions and reactions of opponents.

Social technologies of information impact are aimed at preserving the stability of the individual information and communication environment. It is possible through making competent administrative decisions in the conditions of information confrontation or even information warfare.

**Keywords:** human, communication, information, information confrontation, social technology

*For citation:* Sharkov F.I., Gorokhov A.M. Application of Social Technologies in the Study of Information Imperatives of Communication (on the example of information confrontation). *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.2. P. 105-115. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-2-105-115.

*Inf. about the authors:* Felix Izosimovich Sharkov, Dr. Sc. (Soc.), professor, head of department of public relations and media policy, Institute of Public Administration and Civil Service, RANEPА; Alexander Mikhaylovich Gorokhov, postgraduate student at the department of public relations and media policy, Institute of Public Administration and Civil Service, RANEPА. Address: 119571, Moscow, Vernadsky av., 82. E-mail: sharkov-felix@mail.ru.

*Received:* 21.01.2018. *Accepted:* 05.03.2018.

## References

- Bissett A. (2002). Education for Ethics: C.P. Snow's 'Two Cultures' Forty Years On [el. source]: <http://www.ccsr.cms.dmu.ac.uk/conferences/ethicomp2002/abstracts/10.html>.
- Facer K., Furlong R. (2001). Beyond the myth of the 'cyberkid': young people at the margins of the information revolution. *J. Youth Stud.* Vol. 4. No.4. P. 451-469.
- Fligstein N. (2013). The architecture of markets: the economic sociology of capitalist societies of the 21<sup>st</sup> century. Higher School of Economics. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics. P. 23-59 (In Rus.).
- Giddens A. (1984). The constitution of society: outline of the theory of structuration. Cambridge: Polity. *Technology in Society* 25 (2003). P. 99-116.
- Gorokhov A.M., Sharkov F.I. (2016). Gagarin Readings – 2016: XLII International Youth Scientific Conference: Proceedings of theses: Vol. 2: Moscow: Mos. Aviation Institute (National Research University). P. 210-211 (In Rus.).
- Gorokhova E.Y. (2013). Social technology of knowledge management in a multinational organization. Moscow: Editus (In Rus.).
- Johnson O. (2012) Information and Communication Technology (ICT) roadmap in Nigeria. A speech delivered by the Honorable Minister of Communication Technology at presentation of policy draft on ICT in Nigeria. December 15.
- Kozyrev G.I. (2016). Communication of cooperation, rivalry, enmity in the modern world. *Communicology.* Vol.4. No.1. P. 106-115 (In Rus.).
- Kravtsov D.N. (2017). Information and psychological weapons as a means of ensuring the protection of national interests of the state. *Communicology.* Vol.5. No. 3. P. 78-89 (In Rus.).
- Kryanev Y.V., Motorina L.E., Pavlova T.P. (2012). Philosophy of information and communication systems. Moscow: MAI (In Rus.).
- Markov B.V. (1997). Philosophical anthropology: essays of history and theory. SPb.: Publishing house 'Lan'. P. 76-94 (In Rus.).
- Nura T.A. (2008). Information and Communications Technology (ICT) in Northern Nigeria: The Constraints. Department of Innovation Technology, Jigawa State Institute of Information Technology, Kazaure, Jigawa State, Nigeria.
- Oji-Okoro M. (2006). Mobile telephony and sustainable livelihoods in Nigeria: Case studies from south east Nigeria. In: Iyoha, C.C. (Ed.). *Mobile telephony: leveraging strengths and opportunities for socio-economic transformation in Nigeria*. Lagos: Ezcill Communications Ltd. P. 53-56.
- Oketunji I. (2000). Computer applications in libraries. A compendium of papers presented at the 39<sup>th</sup> National Annual Conference of the Nigerian Library Association. Owerri. P. 2-4.
- Patrushev V.I., Ivanov V.N. (1999). Social technologies: the course of lectures. Moscow: MSSU Publishing House 'Soyuz' (In Rus.).
- Popov Y.N., Grishina T.V. (2017). Socio-cultural communication as a factor of global socio-economic management. *Communicology.* Vol.5. No. 1. P. 19-21 (In Rus.).
- Romanenko V.N., Nikitina G.V. (2011). General technologies. SPb.: IVESEP. P. 245-247 (In Rus.).
- Selwyn N. (2002). Defining the digital divide: developing a theoretical understanding of inequalities in the information age. Occasional paper 49, Cardiff University School of Social Sciences.

Sharkov F.I., Gorokhov A.M. (2016). Social technologies of communication management of in professional activity. *Communicology: electronic scientific journal*. Vol. 1. No. 1. P. 63-64 (In Rus.).

Sharkov F.I. (2013). *Communicology: The fundamentals of the theory of communication*. M.: Publishing house 'Dashkov & Co.' (In Rus.).

Sharkov F.I., Baranov A.V., Gaidenko S.P. (2018). Consolidating role of sociocultural communication imperatives of global governance. *Science and education: economy and economics; entrepreneurship; law and management*. No. 4 (95). P. 113-117 (In Rus.).

Sheremetiev D.V. (2017). Evolution of the European security and defense policy in the context of globalization: monograph. M.: International relations (In Rus.).

Toshchenko Z.T. (2011). *Sociology of management*. Textbook. Moscow: Center for Social Forecasting and Marketing (In Rus.).

Ursul A.D. (2010). Nature of information. Philosophical essay. Russian State Trade and Economic University. Center for Global Processes and Sustainable Development. Chelyabinsk (In Rus.).

Zhurkin V.V. (2014). The military policy of the European Union. Institute of Europe RAS. P. 203-210 (In Rus.).

## ■ ■ ■ Право на город: репрезентация и воспроизведение данных в городской информационной среде

**Кириллина Н.В.**

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

**Аннотация.** В статье рассматривается влияние цифровых технологий и мультимедиа на формирование и развитие социального пространства современного города. Цифровое воспроизведение информации, полиреферентность современных информационных систем оказывают безусловное влияние на формирование городской среды и определяют её восприятие социальными акторами – горожанами и внешней аудиторией. В контексте подхода, предложенного А. Лефевром («право на город»), информация и доступ к ней трактуется как имманентное жизни современного цивилизованного города и неотъемлемое право проживающих в нем и находящихся на его территории граждан. Ставится вопрос о распределении ролей в коммуникативной цепи, формирующей городское пространство, и роли технико-технологических медиаторов в этом процессе: поисковых систем, мобильных операторов, городских информационных ресурсов и баз данных.

**Ключевые слова:** информатизация, урбанизация, городская среда, социальное конструирование городского пространства, управление коммуникацией

*Для цитирования:* Кириллина Н.В. Право на город: репрезентация и воспроизведение данных в городской информационной среде // Коммуникология. 2018. Том 6. № 2. С. 116-123. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-2-116-123.

*Сведения об авторе:* Наталья Владимировна Кириллина, кандидат социологических наук, доцент кафедры общественных связей и медиаполитики ИГСУ РАНХиГС. Адрес: 119571, г. Москва, проспект Вернадского, 84. E-mail: nata.kirillina@gmail.com.

*Статья поступила в редакцию:* 16.04.2018. *Принята к печати:* 24.04.2018.

### **К определению «информационного города»**

Рассматривая европейские города, М. Кастельс [Castells] прогнозировал развитие «информационного города», где производительность и конкурентоспособность городов и регионов определяется их способностью сочетать информационную емкость, качество жизни и возможность подключения к сети крупных столичных центров на национальном и международном уровнях, фактически трактуя городскую среду как расширение медиа. Развивая идею Маклюэна (Medium is the message), Кастельс утверждает, что рост объемов (в 5 раз за 50 лет) медиа- и информационного потребления современного человека свидетельствует не только о количественном, но и о качественном изменении в вос-

приятии жизни: контекст сообщения становится не менее существенным, чем его содержание (контент).

В применении к коммуникации города это означает не только внимание к архитектуре, инфраструктуре и иным формам благоустройства городской среды, но и наличие постоянного и свободного доступа к информации. Помимо объективных характеристик городской среды, актуализируется проблема интерпретации характеристик этой среды посредством информационных технологий. Так, например, создание и благоустройство городского пространства должно быть неизбежно дополнено сегментированным, структурированным и привлекательным для городского сообщества *сообщением* [Porter] об этом пространстве, которое не только транслируется через СМИ и мобильные приложения, но и само превращается в часть городской среды, и по мере распространения в ней наполняется новым содержанием<sup>1</sup>.

Информатизация современного городского пространства, как представляется, во многом определяет состояние и перспективы его развития.

Информационные процессы, инициированные субъектами городского управления, коммерческими компаниями и медиа, глубоко интегрированы в городскую информационную среду, неотделимы от неё и влияют на иные происходящие в рамках этой среды процессы, являясь значимым инструментом социального управления.

В контексте развития цифровых систем и увеличения их роли в формировании городской информационной среды, теория А. Лефевра о «праве на город» [Lefebvre 1968] может интерпретироваться как неотъемлемое право современного горожанина на доступ к получению и воспроизводству информации, являющейся неотъемлемой, конституирующей составляющей современной городской среды.

Лефевр изначально указывает на право горожан участвовать в принятии любых решений в отношении городских пространств: воспринимаемого (*perceived*), задуманного (*conceived*) и жилого (*lived*), где первое является объективным пространством физических объектов, второе – миром идей и представлении о рациональном устройстве городского пространства, а третье представляет собой комбинацию воспринимаемого и задуманного и является неотъемлемым атрибутом общественной жизни [Lefebvre 1991: 39]. Право на город подразумевает право на участие (*right to participation*) и право на присвоение (*right to appropriation*), и если первое фактически является правом участия в принятии решений, то второе включает в себя право на доступ к городским пространствам и их использование.

В контексте информатизации городского пространства, развития систем поиска и обработки информации, навигационных систем, систем классификации

---

<sup>1</sup> Медиа, город и горожане (2017) / Postjournalist [эл. журнал]: <http://postjournalist.org/2017/05/17/медиа-город-и-горожане-часть-6>.

и хранения данных этот подход, как представляется, приобретает новую актуальность. Современное городское пространство устойчиво ассоциируется с беспроводной и мобильной связью; доля покрытия 4G (LTE) сетями увеличивается. На основании официальных данных статистики о развитии информатизации в России<sup>1</sup>, можно с уверенностью судить о возрастающей интерактивности городского пространства, что во многом определяет комфортность этой среды и в антропологическом и социальном смысле действительно способствует реализации права на город.

### **Воспроизводство и распределение информации в городской среде**

Информационная среда современного города, конструируемая множеством статистических и динамических компонентов, постоянно развивается и дополняется новыми данными, поступающими от основных субъектов коммуникации.

Размышляя о распределении ролей в реализации информационного «права на город» [Lefebvre; Harvey; Mitchell], помимо основных субъектов коммуникации (власть, коммерческие организации, медиа, жители города), следует особо выделить цифровые медиа, информационные, навигационные и поисковые системы, чья роль в генерировании, распределении и *интерпретации* информации несомненна, но до сего дня однозначно не определена.

Полиреферентность городского информационного пространства предполагает бесконечное воспроизводство информации, дополняемой добавляемыми субъектами коммуникации и производимыми ими действиями. Горожанин, реализующий «право на город», наделен правом выбора не только предмета и способа, но и дальнейшего маршрута коммуникации, т.е. определяет тональность и направление последующих референций, сообразно своему опыту и представлению о должном благоустройстве среды своего проживания. Каждая последующая референция не идентична предшествующей в силу набора (а) субъективных социальных и психологических факторов на стороне субъекта; (б) технико-технологических ресурсов, применяемых для передачи сообщения на следующем этапе.

Если в представлении Лefевра право на город осуществлялось в рамках абстрактного городского пространства, созданного и контролируемого градостроителями и архитекторами [Lefebvre 1991: 229], то сегодня основным источником, формирующим это пространство, следует считать «формы представления данных, созданных и опосредованных цифровыми технологиями, которые вносят вклад в плотно окруженную цифрами городскую среду» [Graham et al.]. Развитие цифровых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), выполняющих функцию производства, кодирования [Kitchin, Dodge; Graham et al.]

---

<sup>1</sup> Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации [эл. ресурс]: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/business/it/monitor\\_rf.xls](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/monitor_rf.xls).

и распределения информации, фактически наделяет их ключевой ролью в воспроизводстве городского пространства.

Актуализируется процесс кодирования передаваемой информации и роль составителя соответствующего алгоритма, определяющего приоритеты и формы транслируемой информации. Созданный для и на основе мобильных приложений GPS, Uber и др. код и контент, относящиеся к зданиям и пространствам городов, составляют неотъемлемую часть городского пространства. Современная городская среда неизбежно ассоциируется со сложной структурой навигационных систем и «меток» организаций и служб внутри системы. Функционирование системы опосредовано мощными цифровыми монополиями. Если рассматривать крупные поисковые системы (Google, Yandex) соответственно разрабатываемым алгоритмам обработки [Shaw, Graham] и приоритизации информации, то можно с уверенностью констатировать их значимую роль в реализации информационного «права на город».

Однако, уже по мнению Лефевра, участие компьютерных технологий в производстве и обработке информации столь же неоднозначно, столь же необходимо [Purcell]: «Должны ли мы передавать все данные для данной проблемы на компьютер? Ведь машина работает в двоичной системе и использует данные только на основе вопросов, на которые можно ответить да или нет. И может ли кто-нибудь утверждать, что все данные собраны? Кто легализует использование этих данных? И кто возьмется утверждать, что «язык города», в той мере, в которой он является языком, совпадает с языками ALGOL, Syntol или FORTRAN и что этот перевод не является ложным? Не может ли машина стать инструментом в руках групп давления и политиков? Разве это не оружие для тех, кто находится у власти, и тех, кто служит им?» [Lefebvre 1970 (2003): 59].

В этом смысле, цифровые платформы выполняют роль «привратников»: например, централизованное ранжирование информации поисковыми системами предполагает возможность реструктурировать и перенастраивать распределение информации, устанавливать приоритеты. При этом количество горожан, использующих и воспроизводящих данные (соучаствующих в создании городского пространства посредством обмена информацией) и пользующихся той или иной цифровой платформой, прямо влияет объем хранящихся и воспроизводимых данных и уровень доверия к ним.

Иначе возможные угрозы цифровизации городского пространства интерпретируют С. Грэхэм и С. Марвин [Graham, Marvin]. Они предполагают, что информатизация городского пространства приведет к реорганизации городов из интегрированных объектов в коллекции единиц, которые работают как информационные центры в международных и глобальных экономических сетях. Констатируя рост глобальных медиа-систем и рост групп, связанных сложным взаимодействием, опосредованными городским электронным пространством, авторы ставят вопрос о роли телекоммуникаций и цифровых сетей в развитии

городской среды и обращают внимание на складывающиеся модели коммуникации внутри и между городами: «Новые экономики, основанные на информации, окажут дестабилизирующее воздействие, создавая резкие различия между богатыми информацией и бедными информацией в ловушке «информационных гетто» и способствуя дальнейшему разрастанию городов» [Graham, Marvin].

Помимо нарастающей угрозы развития цифрового неравенства, стоит упомянуть весьма распространенное мнение о том, что экспансия новых коммуникационных технологий ведет к деформации городского пространства, выводит жителей городов из личных контактов и разрушает традиционные социальные связи: рассеиваются [см. Hampton, Wellman 2002]. Цифровизация городского пространства, высокая доступность информации и рост количества занятых в информационном секторе экономики, по всей вероятности, ослабляет социальные связи в городских сообществах, негативно влияет на знакомства и дружеские отношения [Granovetter 1973]. «Новое индустриальное пространство и новая экономика сервиса организуют свои операции вокруг динамики единиц, вырабатывающих информацию. Различные функции соотносятся с отдельными пространствами с целью выполнения каждого задания; процесс в целом реинтегрируется за счет систем коммуникаций»<sup>1</sup>.

Однако, нельзя отрицать созидательную роль коммуникаций в конструировании городской социальной среды. Если отталкиваться от четырех классических функций медиа [Lasswell; Wright]: наблюдение за окружающей средой (иногда действующее как роль сторожевого пса прессы), координация деятельности (так что один аспект общества знает, что делает другой), социализация (передача культуры от одного поколения к другому), и развлечения (обеспечивающие досуг), то можно проследить их последовательную реализацию в цифровом пространстве современного города. Эти функции могут с успехом применяться в городском управлении и реализовываться на соответствующих информационных сайтах [Jeffres, Lin], как и на веб-сайтах городского транспорта (метро), метро, поскольку массовая коммуникация и веб-сайты городов выполняют следующие функции для каждой из ролей, указанных выше.

Сбор, генерирование и применение данных в организации городского пространства получило широкое распространение в концепциях «умных городов», где организация и управление данными применяется муниципальными службами для организации городского пространства и транспортной инфраструктуры и, пусть и опосредованно, повышения качества жизни городского населения. В числе способствующих формированию «умного города» информацион-

---

<sup>1</sup> Manuel Castels (1989). *The Informational City. Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban-Regional Process*. Oxford, Cambridge: Blackwell / Перевод В.В. Вагина [эл. ресурс]: [http://les-urbanistes.blogspot.ru/2009/05/blog-post\\_14.html](http://les-urbanistes.blogspot.ru/2009/05/blog-post_14.html).

ных и управленческих практик сегодня выделяют следующие<sup>1,2,3</sup>: (1) открытость и прозрачность правил, регламентирующих использование данных; (2) доступность информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) и инфраструктуры; (3) поддержка муниципальной власти и городских служб, привлекающих горожан к реализации инициатив по созданию интеллектуального города (например, создание интеллектуальных систем освещения, интеллектуальных парковок и пр.); (4) создание масштабируемой (информационной) инфраструктуры города, предусматривающей возможность дальнейшего разрастания и развития в соответствии с будущими потребностями городского населения, и др. Очевидно, рост информатизации городского пространства вкупе с предсказанным Кастельсом трендом к увеличению доли городского населения диктуют потребность в разработке и оптимизации программ и регламентов управления информацией, развитии информационной экономики и социальных связей, организации безопасной, управляемой и комфортной городской среды.

### Вывод

Формирование современного городского обусловлено развитием цифровых технологий и интерактивных форм коммуникации и подразумевает доступность информации, её интенсивное использование и соучастие в ее воспроизводстве населением города. В контексте развития цифровых систем и увеличения их роли в формировании городской информационной среды, «право на город» следует интерпретировать как право современного горожанина на доступ к получению и воспроизводству информации, являющейся неотъемлемой, конституирующей составляющей современной городской среды.

---

<sup>1</sup> Enabling the human possibilities of smart cities [эл. ресурс]: <https://networks.nokia.com/smart-city>.

<sup>2</sup> Nokia-Machina Research Smart City Playbook highlights (сценарии развития интеллектуальных городов) [эл. ресурс]: [https://onestore.nokia.com/asset/200702/Nokia\\_Smart\\_Cities\\_Executive\\_Summary\\_EN.pdf](https://onestore.nokia.com/asset/200702/Nokia_Smart_Cities_Executive_Summary_EN.pdf).

<sup>3</sup> Интеллектуальные города. Умные города. Smart cities (2017) // TADVISER [эл. журнал]: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интеллектуальные\\_города\\_\(Умные\\_города,\\_Smart\\_cities\)#2017](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интеллектуальные_города_(Умные_города,_Smart_cities)#2017).

## ■ ■ ■ The Enjoyment of Right to the City: data representation and rendering in urban information environment

**Natalia V. Kirillina**

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

**Abstract.** The paper is dedicated to the influence of digital technologies and multimedia on the formation and development of the social space of a modern city. Digital reproduction of information, multireference of modern information systems exert an implicit influence on the formation of the urban environment and predetermine its perception by social actors – citizens and external audiences. In the context of the approach by A. Lefebvre ('the right to the city'), information and its accessibility are treated as immanent to the life of a modern civilized city and constitutes the inalienable right of citizens. The author brings up the point of roles distribution in the communicative chain in urban spaces and the role of technical and technological mediators in this process: search engines, mobile operators, urban information resources and databases.

**Keywords:** informatization, urbanization, urban environment, social design of urban space, communication management

*For citation:* Kirillina N.V. The Enjoyment of Right to the City: data representation and rendering in urban information environment. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.2. P. 116-123. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-2-116-123.

*Inf. about the author:* Natalia Vladimirovna Kirillina, Cand. Sc. (Soc.), associate professor at the department of public relations and media policy, Institute of Public Administration and Civil Service, RANEPA. Address: 119571, Moscow, Vernadsky av., 82. E-mail: nata.kirillina@gmail.com.

*Received:* 16.04.2018. *Accepted:* 24.04.2018.

## References

- Castells M. (1992). *European Cities, the Information Society and the Global Economy*. Amsterdam: Centrum.
- Graham M., Zook M., Boulton A. (2013). Augmented Reality in Urban Places: contested content and the duplicity of code. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 38(3). P.: 464–479.
- Graham S., Marvin S. (1996). *Telecommunications and the City: Electronic Spaces, Urban Places*. London: Routledge.
- Granovetter M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6). P.: 1360–1380.
- Harvey D. (1989). *The Urban Experience*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Jeffres L., Lin C. (2006). Metropolitan Websites as Urban Communication. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00303.x>.
- Kitchin R., Dodge M. (2011). *Code/Space*. Cambridge: MIT Press.
- Lasswell H. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*. In Schramm W. (ed.) (1960). *Mass Communications (2<sup>nd</sup> ed.)*. Urbana, IL: University of Illinois Press. P.117-129.

Lefebvre H. (1968). *Le Droit à la ville*. Paris: Anthropos (In Fr.).

Lefebvre H. (1991). *The Production of Space* / transl. D. Nicholson-Smith. Oxford: Blackwell.

Lefebvre H. (2003). *The Urban Revolution* / transl. R. Bononno. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Mitchell D. (2003). *The Right to the City: social justice and the fight for public space*. NY, L.: Guilford Press.

Park R. (1967). *The City as a Social Laboratory*. In: Robert E. Park *On Social Control and Collective Behavior / Selected Papers*. Chicago, London: Phoenix Books, The University Of Chicago Press. P. 3-18.

Porter M.E. (1995). The competitive advantage of the inner city. *Harvard Business Review*, 73(3). P. 55–71.

Purcell M. (2002). Excavating Lefebvre: the right to the city and its urban politics of the inhabitant. *GeoJournal*, 58. P. 99-108.

Shaw J., Graham M. (2017). An Informational Right to the City? Code, Content, Control, and the Urbanization of Information. *Antipode: a radical journal of geography*, 49(4). P. 907-927. DOI: <https://doi.org/10.1111/anti.1231>.

Wright C.R. (1986). *Mass Communication: a sociological perspective*. 3<sup>d</sup> ed. Random House.

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ

THEORY AND HISTORY OF CULTURE

---

## ■ ■ ■ Сциентизация культуры и проблема будущего

### Делокаров К.Х.

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

**Аннотация.** Анализируется смысл сциентизации культуры, которая ведет к преобладанию дискурсивного над нравственно-этическим и художественно-эстетическим. Согласно авторской позиции, подобная динамика событий представляет опасность для будущего. Подчеркивается, что наука при всей ее значимости, не исчерпывает мир человека и духовно-нравственные ценности не менее важны для человека. В этой связи отмечается концептуальная узость экономико-центричной парадигмы, абсолютизирующей стремление к обогащению любым путем.

**Ключевые слова:** духовно-нравственные ценности, культура, экономикоцентризм, наука, глобализация

*Для цитирования:* Делокаров К.Х. Сциентизация культуры и проблема будущего // Коммуникология. 2018. Том 6. №2. С. 125-132. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-2-125-132.

*Сведения об авторе:* Кадырбеч Хаджумарович Делокаров, доктор философских наук, профессор кафедры ЮНЕСКО ИГСУ РАНХиГС. Адрес: 119571, Россия, г. Москва, проспект Вернадского, 84. E-mail: delokarof@mail.ru.

*Статья поступила в редакцию:* 08.02.2018. *Принята к печати:* 18.03.2018.

Вхождение духа научности во все «поры» социума приводит к сциентизации духа культуры, преобладанию дискурсивного над художественно-эстетическим и нравственно-этическим. Рассудочность, а затем разумность, основанная на достижениях науки, постепенно все больше вытесняют на периферию культурного пространства духовно-нравственные ценности и интуитивные прозрения, вызванные к жизни чувствами, аффектами, эмоциями, душевными переживаниями, сердцем.

В XX веке антиномия научно-рационального, логического и дискурсивного, с одной стороны, и художественно-эстетического, эмоционально-ценностного, с другой, – достигает своего апогея. Культура не столько сводится к науке, – это только предстоит, – сколько говорит все больше и чаще через рационально-научное, логико-дискурсивное. Место культуры стремится занять ее определенный сегмент – наука как универсальная ценность, основанная на рационально-логических принципах. При этом ситуация осложняется возрастанием роли коммуникации при одновременном усилении взаимонепонимания Запада и Востока, Севера и Юга, когда рост информации не только не ведет к росту доверия между культурами, а обостряет их.

При этом культура – это не только идеи, продукты интеллектуальной и материальной деятельности человека, но и отношение человека к этим продуктам, характер взаимоотношений людей как отражение особенностей взаимоотношения между продуктами материальной и интеллектуальной деятельности и т.д. Естественно, сложно, если вообще возможно, охватить смысл и статус культуры путем перечисления ее проявлений как социального феномена, поскольку главное в культуре, – ее целостность, внутреннее единство. Человек и культура – соразмерны. Без культуры нет человека, и без человека нет культуры. Именно в процессе созидания того, чего до того не было, человек творит себя как человек. Тем самым, человек – это созданные им мифы, философские системы, научные достижения, произведения культуры, это «Луньюй» Конфуция, «Книга перемен», Махабхарата, атомистическое учение Демокрита, «Государство» Платона, Ветхий Завет, Библия, Коран и т.д. Не продолжая перечень этих возвышающих человека продуктов его деятельности, отметим, что человек – это не только разумное, любящее, мыслящее существо, но и существо чувствующее, зачастую иррациональное, воюющее, стремящееся к господству над другими.

Специфика культуры в том, что культура предполагает не только *знание* того, что произошло или того, что происходит и может произойти, но и *понимание* сути происходящего. К сожалению, этот принципиально важный фрагмент культуры – понимание сути происходящего и его возможные последствия – чаще всего остается в тени. В этой связи встает принципиальный вопрос о том, осознает ли современный человек глубину тех проблем, которые он порождает в результате своей экономической, технологической и в целом преобразовательной деятельности.

По мнению К. Свасьяна, суть проблемы в том, что «культура – не ставшее, а становление; как ставшее, она вполне уместается в тематических отвлеченностях очередного симпозиума или конференции; как становление, она – сплошной мартиролог, нескончаемая экспозиция взлетов и падений, светлых восторгов и просветленных окаяньев, поразительная коллекция черновиков от дюрезовских портретов до гоголевских «харь» в поисках окончательного человека: лика человеческого, транспарирующего выблисками «умного сердца» [Свасьян: 235]. Отсюда сложность и противоречивость этого *окончательного* человека, актора всех социально значимых трансформаций. Ситуация осложняется тем, что статус этих взлетов и падений, лика человеческого, транспарирующего выблисками «умного сердца» не равноправен, их статус определяется теми, кто задает правила игры, то-есть в конечном итоге «музыку заказывает тот, кто платит» и именно экономические установки оказываются решающими факторами, которые опосредованно или непосредственно определяют характер процесса глобализации, который предстает своеобразно в различных сферах. Определенная надежда в подобной ситуации связана со сложностью претворения в реальность таких моделей глобализации как американизация или вестернизация. На этот процесс оказывает значительное влияние транснациональные корпорации. По мнению немецких исследователей Г.-П. Мартина и Х. Шумана [Мартин, Шуман]: «Сегодня нет ничего более подвижного, чем капитал: между-

народные инвестиции управляют торговыми потоками, миллиарды, движущиеся со скоростью света, определяют обменные курсы равно как и международную покупательную способность той или иной страны и ее валюты. Относительные различия в себестоимости больше не являются двигателем предпринимательства. Нынешние бизнесмены ставят во главу угла достижения абсолютно-го преимущества на всех рынках и перед всеми странами»<sup>1</sup>. В подобной ситуации транснациональные корпорации оказывают все большее влияние на все процессы в жизни современного общества, чем когда-либо в прошлом. Именно поэтому ТНК «находятся в самом сердце глобализации и непрерывно двигают ее вперед»<sup>2</sup>. Это создает новые еще более сложные проблемы, поскольку ТНК игнорируют глобальные опасности и стремятся к прибыли всеми средствами. Ситуация с момента выхода этой работы радикально не изменилась. Более того роль ТНК растет. Основная опасность для будущего современной цивилизации коренится в человеке экономическом, человеке потребительском, который пытается превратить все с чем он соприкасается в деньги, везде ищет выгоду, исходя из приоритета экономических ценностей над всеми другими ценностями.

История сложилась таким образом, что решающую роль в жизни общества стала играть экономика, определяющая во многом формы бытия современной культуры. Между тем, необходимо осмыслить последствия того, что происходит и продолжает происходить с человеком, его духовно-нравственной сферой под влиянием «глобалистской экономики» [Алле]. По мнению известного французского экономиста, лауреата Нобелевской премии М. Алле «в действительности глобалистская экономика, которую представляют нам в качестве панацеи, знает «один-единственный критерий – «деньги». У нее есть лишь один культ – «деньги». Лишенная каких-либо этических соображений, она может лишь сама разрушать себя» [Алле: 143].

Близка по сути оценка происходящего и другим уже американским экономистом Лестером К. Туроу. Лестер К. Туроу в работе «Будущее капитализма», пишет: «Эффективность капитализма объясняется именно тем, что он использует в конкуренции беспощадные силы жадности и стремление к обогащению, чтобы получить максимальную прибыль» [Туроу: 322]. Вот почему основная ценностная установка капитализма плохо коррелируется с потребностями современной цивилизации, в частности, потребностью сохранения окружающей среды. В целом не вызывает сомнений тот факт, что решающими детерминантами развития капитализма на протяжении всей истории выступают, пользуясь терминологией Л. Туроу «стремление к обогащению» и «беспощадные силы жадности». Экономикоцентристская парадигма интенсивно расширяет свое влияние на все регионы и цивилизации, поскольку рынок становится все более глобальным. Происходит интенсивное вовлечение различных стран и народов в свою орбиту. Рынок не считается ни с какими запретами морального свойства, по-

<sup>1</sup> Мартин Г.-П., Шуман Х. Западная глобализация. Атака на процветание и демократию. С. 153.

<sup>2</sup> Там же.

скольку цель рынка – получение прибыли. При этом рынок зачастую через своих представителей формирует в различных структурах власти необходимые законы для получения наивысшей прибыли. Как отмечает современный французский исследователь К. Лаваль «Политическая экономия может быть аморальной, как об этом заявляют экономисты, она от этого станет еще более нормативной, поскольку индивидууму не надо больше подчиняться моральному закону, указывающему ему на добро и зло, ему надо лишь делать точные расчеты, в которые надо уметь включать всякого рода условия (бюджетные, правовые, социальные, политические и так далее), которые позволяют ему достичь наивысшего удовольствия» [Лаваль: 200-201].

Поэтому цивилизация остается экономоцентричной и такие формы сознания как наука, религия, искусство, мораль, право – в конечном счете обслуживают экономику. Как отметил в свое время Н.А. Бердяев «Мировая жизнь окончательно стала под знак экономизма, и интересы экономические стали преобладающими и деспотическими, они все себе подчиняют. Массы живут по преимуществу интересами экономики, и это сказывается роковым образом на всей культуре, которая делается ненужной роскошью» [Бердяев: 343]. Экономизм во времени когда были написаны эти строки Н.А. Бердяевым значительно изменился, но он по сути остался тем же, только в конце XX столетия, принципы экономизма получили распространение не только в индустриально развитых странах, но и в других регионах. Тем самым только в рамках «золотого миллиарда» экономизм стал иметь работающим на благо значительной части общества. При этом принципы экономизма начинают пронизывать все сферы общества. В этой связи спорным представляется тезис Н.А. Бердяева о том, что «Главная космическая сила, которая сейчас действует и перерождает лицо земли и человека, дегуманизирует и обезличивает, есть не капитализм как экономическая система, а техника, чудеса техники. Человек попал во власть и рабство собственного изумительного изобретения – машины». Вызывает возражение не критика «машинизма» как тенденции, а защита капитализма как экономической системы. Н.А. Бердяев прав, что влияние техники на человека изменило и отношение человека к миру. Он стал больше ценить искусственно созданный мир техники, нежели естественную окружающую среду. «Техника создает совсем новую действительность, действительность иную, чем действительность природного, неорганического мира... Современная техника означает конец теллурического периода в жизни человека, человек перестает зависеть от земли и питаться от земли».

В новой действительности «Человек перестает жить прислоненным к земле, окруженным растениями и животными. Он живет в новой металлической действительности, дышит иным, отравленным воздухом. Машина убийственно действует на душу, поражает прежде всего эмоциональную жизнь, различает целостные человеческие чувства». Ситуация, отмеченная Н.А. Бердяевым относительно влияния техники на мир человека со временем углубилась. Технизация, автоматизация, роботизация, компьютеризация стали естественной частью индустриального, постиндустриального и информационно-технологического общества.

Это оказывает отрицательное влияние не только на экономику, но и на духовно-нравственный климат общества. В погоне за рейтингом и деньгами происходит моральное разложение общества. Телевидение все чаще обращается к инстинктам, подсознанию, а не к сознанию. Приведем несколько примеров, взятых из периодической печати. Как справедливо отметил главный редактор журнала «Искусство кино» Д. Дондурей «Под видом заботы об изнасилованной 13-летней девочке телевизионщики приводят ее в эфир, оплачивают перелет и проживание ее родителям, а после на глазах у всей страны начинают рассуждать, хорошо это или плохо – насиловать маленьких девочек. Это отлично продается!»<sup>1</sup>. Падение уровня нравственности и образования в процессе перехода общества на рельсы рынка отрицательно сказывается на все сферы жизни общества, в том числе и на медицину. Как отметил недавно академик, директор онкологического научного центра им. Блохина М. Давыдов, сегодня «профессия врача стала абсолютно непривлекательной. Раньше это была романтика, спасение людей. Сегодня она превратилась из медицинской помощи в медицинские услуги. некогда заниматься больными. Надо писать отчеты. Их увозят грузовиками»<sup>2</sup>. Далее: «Реализация принципа «деньги идут за больным» привела к тому, что борются не за больного, а за деньги. И те больницы, которые никогда раньше не лечили онкологических пациентов, сейчас их берут. Но опыта нет. В итоге мы завалены рецидивами»<sup>3</sup>.

Наконец, вот как описывает то что происходит с культурой народный артист России В. Сергачев: «Театр – дело коллективное: он невозможен без обсуждения пьесы на труппе, без какого-то художественного направления. Сегодня ни о каком единомыслии речи нет. Все отдано на откуп директору и художественному руководителю, которые, хотя и негласно, выступают как частные владельцы государственных репертуарных театров. *И то, с чем мы сталкиваемся, уже не театр, а антреприза, некое зрелищное предприятие, работающее на коммерческий рынок. А он учитывает самые низкие интересы публики*»<sup>4</sup>. При этом продолжает В. Сергачев, в театр «интеллигенция попасть не может: дорого. залы заполнены людьми, существующими около олигархов». На вопрос «Как, по-вашему, отражаются перемены в стране на состоянии театра?», народный артист отвечает: «Парадоксально. При прежнем режиме в театрах говорили: «У нас нет свободы, многое запрещают. Когда это кончится, вы увидите, что мы сотворим!». Все кончилось, и началась деградация»<sup>5</sup>. Деградация продолжается, расширяется пространство своего влияния, падает нравственность и художественный уровень искусства. Корни тех проблем, которые встали перед Рос-

<sup>1</sup> Дондурей Д. Пропагандистская барщина // Аргументы и факты. 2012. № 48. С. 5.

<sup>2</sup> Давыдов М. Вылечить можно каждого // Аргументы и факты. 2012. № 41. С. 3.

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Сергачев В. Я был свободен всегда // На Западе Москвы. 31 августа – 6 сентября 2012 г. № 32/232.

<sup>5</sup> Там же.

сией, уходят вглубь истории и связаны с тем, что «человек теряет смысл своего существования»<sup>1</sup>, поскольку «в России богатство никогда не было ... главным в жизни»<sup>2</sup>. Между тем «сегодня существует тотальная власть человека, у которого в кармане деньги. И это гораздо более сильная вещь, чем наша идеологическая цензура»<sup>3</sup>. Мысли В. Сергачева об опасности всевластия денег не новы. Народный артист России понимает, что «сейчас весь мир так живет, сползая в духовную пропасть»<sup>4</sup>, но и как большинство людей надеется на лучшее, но «если это произойдет, то только в России»<sup>5</sup>.

Все приведенные факты свидетельствуют о том, что в столкновении ценностей выгоды, прибыли, жадности наживы и юридической практики часто терпит поражение право. Однако, проблема не только в праве, поскольку в конечном итоге терпит поражение человек, как ведущий актер всех трансформаций. Вот почему необходимо, как отмечает норвежский социолог С. Скирбек «взглянуть в глаза последствиям тех проблем, с которыми мы столкнулись» [Скирбек: 264]. Необходимо считаться с тем, что есть страны и люди, которые «не хотят быть похожими на нас! Они вполне могут желать большего благосостояния, большей доли западных технологий и больших финансовых вливаний, но они не хотят разделить нашу культуру. Часто слышится обвинение, что Запад лишен морали и духовности, под которыми часто подразумеваются религиозные убеждения. То, что западная элита представляет как освобождение, как нечто позитивное, эти люди считают моральным разложением и развязностью» [Скирбек: 264]. И поскольку такой мир реально существует, то пытаться его редуцировать к западным моделям, значит повышать нестабильность в мире. К сожалению, как отмечает норвежский социолог, «есть мало оснований полагать, что западные элиты готовы признать проблемы и действовать адекватно вызовам, с которыми мы сталкиваемся сейчас. Наше умонастроение не позволяет нам видеть ключевые аспекты действительности. Мы не можем даже признать, что с западной цивилизацией конкурируют другие цивилизации» [Скирбек: 265-266]. В этом корень проблемы и источник распространения линейно-редукционистской методологии при анализе глобальных трансформаций. В целом глобализация, проектируемая из одного центра, не способна к авторекурсии. Она не только не направлена на самое себя, но и не нуждается в самоанализе, поскольку изначально принимает свои оценки как самодостаточные. Именно это обстоятельство является одним из источников «международного терроризма». Вот почему стоит прислушаться к оценке ситуации Ф. Фукуямой истоков и сути международного терроризма: «Упрощенские теории, которые связывают проблему терроризма

---

<sup>1</sup> Сергачев В. Я был свободен всегда // На Западе Москвы. 31 августа – 6 сентября 2012 г. № 32/232.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Там же.

<sup>5</sup> Там же.

с религией или культурой, не просто неверны; они, похоже, еще больше осложняют ситуацию, поскольку затушевывают важные особенности, существующие в сфере глобального ислама» [Фукуяма: 103].

### Выводы

В целом для того, чтобы понять природу современного терроризма и соответственно выбрать адекватную стратегию борьбы с ним, необходимо понять его как продукт современного этапа цивилизационного развития, всей системы социальных отношений, а не только столкновения религиозных убеждений или экономических интересов. Последнее, естественно, не означает отрицание того вклада, который вносят религиозные воззрения и нерешенность экономических вопросов в проявлении терроризма в современном мире. Речь идет о том, что все социальные институты вносят свой вклад в общую атмосферу, которая, в конечном итоге, порождает современный терроризм. Вот почему следует глубже понять природу глобализации, его истоки, возможности и порождаемые ею проблемы. Понимание же этого сложного общецивилизационного явления предполагает учет многообразия культур и народов, которые более тесно соприкасаясь в процессе глобализации, приводят к возникновению новых, не имеющих аналога в доглобальной эре, проблем. Разрешить эти проблемы можно лишь с помощью диалога, признания самобытности различных цивилизаций, имеющих право иметь свою традицию и культуру. Но для того, чтобы диалог был плодотворным, необходимо признать, что «все люди, все народы – разные. Каждый имеет право на свои подходы и взгляды, но никто не имеет оснований объявлять их единственно верными» [Кортунов: 128]. Признание такого факта – необходимое условие для диалога. Оно не решает все проблемы, но создает условия для обсуждения многочисленных вопросов, которые встали перед миром.

### Источники

- Алле М. (2003). Глобализация: разрушение условий занятости и экономического роста. Эмпирическая очевидность. Москва.
- Бердяев Н.А. (1994). Философия свободного духа. Москва.
- Кортунов С. (2003). Становление политики безопасности. Москва.
- Лаваль К. (2010). Человек экономический. Эссе о происхождении неоллиберализма. Москва.
- Мартин Г.-П., Шуман Х. (2001). Западная глобализация. Атака на процветание и демократию. Москва.
- Свасьян К.А. (2010). Философия символических форм Э. Кассирера: Критический анализ. Москва.
- Скирбек С. (2003). Неадекватная культура. Москва.
- Туроу Л. (1999). Будущее капитализма. Как сегодняшние силы формируют завтрашний мир. Новосибирск.
- Фукуяма Ф. (2007). Америка на распутье. Демократия, власть и неоконсервативное наследие. Москва.

## ■ ■ ■ The Scientisation of Culture: risks and challenges

### Kadyrbech H. Delokarov

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

**Abstract.** The author dwells upon the meaning of the scientisation of culture that leads to the predominance of discursive over the moral-ethical and artistic-aesthetic. According to the author's position, such dynamics represents a danger for the future. It is emphasized that science, for all its importance, does not exhaust the human world and spiritual and moral values are no less important for man. In this regard, there is a conceptual narrowness of the economic-centric paradigm, which absolutizes the desire for enrichment in any way.

**Keywords:** spiritual and moral values, culture, economic centrism, science, globalization

*For citation:* Delokarov K.H. The Scientisation of Culture: risks and challenges. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.2. P. 125-132. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-2-125-132.

*Inf. about the author:* Kadyrbech Hadyumarovich Delokarov, Dr. Sc. (Philos.), professor, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. Address: 119571, Moscow, Vernadsky av., 84. E-mail: delokarov@mail.ru.

*Received:* 08.02.2018. *Accepted:* 18.03.2018.

## References

- Alle M. (2003). Globalization: the destruction of employment conditions and economic growth. The empirical is obvious. Moscow (In Rus).
- Berdyayev N.A. (1994). Philosophy of the free spirit. Moscow (In Rus).
- Kortunov S. (2003). Formation of a security policy. Moscow (In Rus).
- Laval K. (2010). Economic man. The essay on the origin of neoliberalism. Transl. S. Ryndin. Moscow: New literary review (In Rus).
- Martin G.-P., Schumann H. (1997). The Global Trap: Globalization and the Assault on Prosperity and Democracy. Moscow (In Rus).
- Svasyan K.A. (2010). Philosophy of the symbolic forms of E. Cassirer: Critical analysis. Moscow (In Rus).
- Skirbekk S. (2003). Dysfunctional Culture: The Inadequacy of Cultural Liberalism as a Guide to Major Challenges of the 21st Century. Moskva: Moskvaforlaget MIK (In Rus).
- Thurow L. (1999). The future of capitalism. How today's forces shape tomorrow's world. Novosibirsk (In Rus).
- Fukuyama F. (2007). America at the Crossroads. Democracy, Power and a Neoconservative Legacy. Moscow (In Rus).

## ■ ■ ■ Этническая идентичность в политических коммуникациях

### Джантеева Д.С.

Карачаево-Черкесский институт гуманитарных исследований при Правительстве КЧР, Черкесск, Российская Федерация.

**Аннотация.** В статье анализируются теоретические аспекты проявления этнической идентичности в политико-коммуникативных процессах в условиях развития современного информационного общества. Автором отмечены специфические черты и основные виды этнополитических коммуникаций, а также их зависимость от стратификационной системы с неравномерным распределением власти и ресурсов между этническими общностями. По мнению автора, межэтнические неравные взаимодействия в сфере власти располагают к достижению идейного единства или даже установлению отношений сотрудничества, что очень важно для стабилизации этнополитической ситуации.

**Ключевые слова:** нация, политические коммуникации, этническая идентичность, информационное общество, этнополитические коммуникации

*Для цитирования:* Джантеева Д.С. Этническая идентичность в политических коммуникациях // Коммуникология. 2018. Том 6. №2. С. 133-141. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-2-133-141.

*Сведения об авторе:* Джульета Солтановна Джантеева, кандидат исторических наук, доцент, заведующая отделом социологических исследований и анализа Карачаево-Черкесского института гуманитарных исследований при Правительстве КЧР. Адрес: 369000, КЧР, г. Черкесск, ул. Горького, 1а. E-mail: dchulyach@inbox.ru.

*Статья поступила в редакцию:* 02.04.2018. *Принята к печати:* 11.04.2018.

### Этническая идентичность и коммуникационная революция в политике

В современном постиндустриальном обществе, где производство информационного продукта является движущей силой образования и развития общества [Masuda: 29], коммуникационные технологии стали частью социально-политической трансформации. Исследователи продолжают поиски ответов на вопросы – не исчезнет ли этнос как коллективная идентичность и социально-политический ресурс в информационный век? Как используется этническая идентичность группами, сталкивающимися с различными проблемами, порожденными глобализацией и новыми медиа? [Zurawski...]. Как в условиях разнообразия и увеличивающейся сегментации виртуальных культурных пространств и деструктивной деятельности отдельных организаций и индивидов интегрировать виртуальную этическую общину в принимающее общество? [Luo: 49]. Ответы на эти и многие другие вопросы, связанные с влиянием современных информационно-коммуникационных технологий на этнополитические процес-

сы не столь очевидны и прогнозируемы, поэтому требуют повышенного исследовательского внимания.

Коммуникационная революция в политике [Gerald: 1-12] сопровождается возрастанием плотности и частоты этнически обусловленных политических контактов, институционализацией этнополитического информационного пространства и повышением медиа воздействия на этнополитическое сознание граждан. Это закономерные процессы, если учесть коммуникативную природу нации и этнонациональной дифференциации.

К. Дойч, рассматривая проблему сосуществования и взаимодействия народов посредством информационного обмена, подчеркивал, что «внутри системы должна циркулировать информация, произведенная ей самой, а нежелательная информация должна отбрасываться» [Этнос и политика...: 112-115]. Применение такого избирательного подхода к информации привело к тому что сегодня, не смотря на увеличение использования онлайн-средств массовой информации, по всему миру имеются ограничения, свидетельствующие о наличии широких различий в использовании этих технологий [Karim: 14] как новыми социальными движениями, включая транснациональные сообщества [Culture and Politics...], так и этническими группами [Communities Across Borders...].

### **Теоретические аспекты этнополитических коммуникаций**

Усложнение процессов производства, хранения, трансляции и использования политически значимой информации в обществе, обновления средств/каналов передачи и сохранения информационных ресурсов, усложнения коммуникационных сетей и их функциональной направленности обуславливает необходимость исследования различных аспектов политических коммуникаций. Их составной частью являются этнополитические коммуникации (ЭПК), имеющие свою специфику на всех уровнях общения в полиэтничном социуме. А продолжающийся поиск адекватного понимания этничности и его проявлений объективно выводит на вопросы, без решения которых сомнительна возможность управления процессами межэтнических коммуникаций, придания им большей устойчивости [Чагилов: 9].

Этнополитические коммуникации рассматриваются нами как форма взаимодействия иноэтнических акторов политики друг с другом и/или с аналогичными субъектами, от мнения и действий которых зависит успешность достижения преследуемых ими политических целей. Акторы политики идентифицируют иноэтнических социальных субъектов (индивидов, группы, организации) как целевые группы, когда они становятся значимыми соучастниками тех проблемных этнополитических ситуаций, в которых он оказывается. При этом значимость соучастников определяется их политическим потенциалом (ресурсами, размером, активностью, заинтересованностью, этнополитическим статусом, личным отношением), а также уровнем критичности и регулярностью ситуации. Чем критичнее ситуация и чем чаще она повторяется, тем чаще коммуникатор нуждается в

поддержке целевой группы. В полиэтничной среде такой группой, как правило, выступает полиэтничное сообщество, где этническое большинство составляет та этническая группа, к которой принадлежит коммуникатор. На основе взаимной этнической идентификации этой группы и коммуникатора можно рассчитывать на взаимопонимание между коммуницируемыми сторонами. При этом доминирующее значение имеют их политические интересы, т.к. внутри одного этноса возможны разногласия по политическим мотивам, связанные с инструментальной деятельностью лидеров мнений, сетевых сообществ (кланов) и других влиятельных акторов политики. Взаимодействие коммуникатора с целевой аудиторией осуществляется в процессе взаимосвязанных и взаимообусловленных коммуникативных актов.

Сложность выделения ЭПК из других видов коммуникативных практик связана с тем, что в полиэтничных сообществах многочисленные политические контакты между этносами устанавливаются в разном соотношении с политическими целями, преследуемыми каждой этнической группой именно на данном этапе. Представители отдельных этнических групп, выступая интегральным центром, устанавливают намеренные политические контакты со всеми заинтересованными этнополитическими группами для проведения государственной политики. В России таким интегральным коммуникативным центром на всех уровнях политического взаимодействия является русский народ.

Государственная национальная политика России не предполагает проведение процедур, предусматривающих повышение или сохранение «коммуникативного статуса» того или иного этноса в социально-политической структуре страны/региона, в них не раскрываются механизмы накопления/продвижения/дискредитации этнополитического капитала и формирования этнически проецированного имиджа и т.д. Зачастую государственная политика не удовлетворяет интересам этнополитических групп, использующих политические коммуникации для презентации и оказания соответствующего давления на государственную власть. Иногда усилению этого давления способствуют интегрированные в одно сообщество этнические группы, преследующие сходные политические цели, что не означает отказа от собственно этнических интересов. Наоборот, этнические группы могут объединиться с иноэтничными группами для удовлетворения своих политических интересов, что невозможно обеспечить без указанной интеграции как взаимовыгодного сотрудничества на определенном этапе.

Как видим, ЭПК имеют этнические основания, а этническая идентичность используется как инструмент в политической борьбе. Другой специфической чертой ЭПК выступает частое рассогласование общности межэтнических политических интересов на всех уровнях общения. С этим связан процесс подготовки коммуникативных актов, при котором особая значимость придается определению идентификации коммуникативной проблемы и целевых групп, выбору социокультурного сценария, конструированию формы этнически спроецированных сообщений и выбору соответствующих каналов и т.д. Как следствие, этнический фактор способствует генерации многих коммуникативных политических

практик, межэтнических взаимодействий, внутри- и межинституциональных взаимодействий государственных и гражданских структур.

В этой связи социальные, политические и этнополитические коммуникации в полиэтничных сообществах иногда трудно разграничить и определить, к тому же сами коммуникации многообразны по роли, функциональности, целенаправленности и разнообразны по динамическим показателям. Таким образом, этнический фактор может использоваться и активно используется «этническими предпринимателями» как действенное оружие в конкурентной борьбе за политическую власть или ее удержание. Но, как отмечают российские ученые [Дробижева: 8-9], такой конструктивистский подход не учитывает двух вещей – «значимости нравственных, эмоциональных и аффилиативных факторов» и, поскольку он исключает исторические подходы, то не объясняет – почему одни идеи «этнических предпринимателей» способны запустить механизм этнической мобилизации и объединить людей, а другие – нет. На наш взгляд, здесь немаловажную роль играет и этносимволический подход с использованием в политико-коммуникативном пространстве этнических мифов, воспоминаний, традиций и символов этнического наследия, о которых писал Э. Смит [Smith]. Учитывая, что значительная часть этноса может оставаться аполитичной, пассивно участвуя в политической коммуникации, являясь сторонним наблюдателем действий политической элиты и этнополитических групп, сам термин «этнополитические коммуникации» противоречив и спорен. К тому же, ЭПК могут сформироваться на экономической, социально-политической или другой внеэтнической основе и лишь в последующем приобрести этнический характер. Поэтому понятие «этнополитические коммуникации», охватывающее широкий спектр коммуникации, трудно обнаружить в чистом виде. Но учитывая связь этнических групп с информационно-коммуникативными процессами (генезисом, преобразованием, передачей, хранением и использованием информации) и их взаимодействие в мире политики с целью изменения намерений, мнений и этнических картин мира друг друга в свою пользу, не говорить об ЭПК невозможно.

ЭПК основаны на принципах власти и взаимозависимости, что обуславливает ранжирование коммуникативных актов. Как правило, в этнополитологии ЭПК, связанные с ранговой или стратификационной системой с неравномерным распределением власти и ресурсов между этническими общностями, характеризуются отношениями соперничества/конкуренции. Межэтнические неранговые взаимодействия в сфере власти, наоборот, располагают к достижению идейного единства или даже установлению отношений сотрудничества.

Между тем, ЭПК можно разделить на комплиментарные и конфликтные. Комплиментарные ЭПК, как правило, возникают между этносами, имеющими антропометрическую и культурную (языковую, религиозную) общность, а также занимают относительно удовлетворяющую их позицию в социально-политической структуре общества. Различия по указанным параметрам, возникающие при этноцентристском подходе, могут стать предлогом для конфликтных (кризисных) коммуникаций. «В любом случае, – пишет Н.Ф. Понамарев, – социальные

субъекты либо конфликтуют, либо договариваются, либо избегают друг друга» [Пономарев: 5].

ЭПК подобно политическим коммуникациям различаются на два вида: горизонтальный и вертикальный. Первый вариант предусматривает коммуникации между относительно рядоположенными институциональными компонентами или этнополитическими субъектами (между различными этнически заинтересованными группами, этноэлитами или взаимодействующими в массовых акциях этнофорами). В данном случае ситуация усложняется возможностью использования манипулятивных технологий и «лингвистики убеждения», нацеленных на побуждение человека к действиям, изначально противоречащим его убеждениям и ценностям [Сулейманова, Рябова: 7].

Второй вариант предусматривает отношения между различными иерархичными уровнями макрополитической структуры, например, когда заинтересованные этнические группы выдвигают требования к правительству путем декларации этническими НКО или партиями требований по поводу корректировки политического курса.

Установление этнополитических контактов возможно на всех уровнях общения и именно различия между массовыми, групповыми, межличностными коммуникациями порождают дифференциацию «макро-», «мета-» и «микрокоммуникации» этноса. Этнические микрокоммуникации представляют собой групповые и межличностные коммуникации представителей разных этносов также наблюдаемые в политической сфере, а метакоммуникации устанавливаются между организациями. Макроэтнические коммуникации предусматривают включение в политический процесс подавляющего большинства этнической общности. Между всеми видами коммуникации существует взаимосвязь, взаимообусловленность и в то же время различие. Макро-, мета- и микрокоммуникации этноса в мире политики рассматриваются нами как общее и отдельное, вследствие чего микрокоммуникации синтезируют в себе родовые свойства других видов коммуникаций, однако не сводятся к ним всецело. Одним из таких родовых свойств этноса является этнополитическая культура, определяемая нами как качество актора политики с присущими ему способностями к установлению/поддержанию контактов по вопросам власти с иноэтничными субъектами. Этнополитическая культура определяет характер протекания этнополитических процессов [Даракчан: 10].

### **О детерминантах взаимодействия иноэтничных акторов политики**

Анализируя детерминирующую связь между этнополитическими коммуникациями и этнополитической культурой, необходимо учитывать принцип структурной эквивалентности взаимодействующих факторов, т.е. сопоставлять акты коммуникации и этнополитическую культуру соответствующего уровня. Например, этнические микрокоммуникации в мире политики предписывают политическим акторам определенные нормы коммуникативного поведения на групповом/межличностном уровне и могут зависеть от действий отдельного человека [Джантеева].

Этнополитическая культура во многом определяет систему этнополитических коммуникаций и, в свою очередь, обусловлена ею. Этнические коммуникации объективны, иногда они независимы от воли и этнического сознания взаимодействующих акторов политики, т.к. в них люди могут участвовать не на основе личных установок в отношении коммуникатора, а по факту своей принадлежности к определенной этнической группе. Этнополитическая культура не только средство проявления этнических коммуникаций соответствующего уровня, а наоборот, этнополитические коммуникации представляют собой результат и форму не только взаимного обмена информацией между взаимодействующими акторами политики, но и проявлений этнополитической культуры. Подобно всякой форме, коммуникации оказываются вторичными и производными относительно выражаемого ими содержания.

Также предметом изучения межэтнических коммуникаций в мире политики для нас становятся представления иноэтнических акторов политики друг о друге, об аналогичных социальных субъектах, с которыми они взаимодействуют для достижения своих политических целей. Определяющую роль при этом играет этнополитическая культура этнофоров, на основе которой они дифференцируют «свою» и «чужую» группы/общности, идентифицируя себя с первой и выражая коммуникативную готовность к установлению контактов именно с ней, при условии исключения этнообусловленных психических состояний и процессов. Для нас особое значение имеют детерминанты, состояния и последствия ЭПК. Ясно, что их сочетание обусловлено многими факторами, которые определяют характер и эффективность ЭПК.

Известный социолог Т.Ф. Петтигрю вслед за Дж.У. Оллпортом выделил 4 класса взаимозависимых, влияющих на отношения между расами факторов, которые могут быть отнесены и к межэтническим коммуникациям в мире политики: исторические, социально-культурные, личностные и ситуационные:

- исторические факторы складываются из истории этнических групп/общностей и истории общения между ними;
- социально-культурные факторы (культурные, экономические, политические, демографические, экологические и т.д.);
- личностные факторы включают в себя достаточно глубоко укоренившиеся личностные склонности к внутригрупповым предрассудкам, авторитаризму либо конформизму, потребность в одобрении, искаженное восприятие действительности под воздействием политических идеологий и этнических мифов;
- ситуационные факторы определяются непосредственной межгрупповой ситуацией. Они аккумулируют все остальные факторы и порождают межгрупповые отношения как таковые [Иванова: 36]. Действие всех указанных факторов в немалой степени складывается под влиянием этнополитической культуры, поэтому ее анализ необходим в каждой актуальной политической ситуации.

### **Значение коммуникативной сущности общества и этнической (национальной) политики**

В заключительной части отметим, что сегодня мы не можем отрицать факт совместного существования этносов в «пространстве всеобъемлющей комму-

никации» и наличия у них «коммуникативной потребности» [Конецкая], вынуждающей вести коммуникативный образ жизни. С момента зарождения человечества информативные связи стали неотъемлемым элементом социальной сущности человека, а в последствии – «носителями культурных традиций, обычаев и родового, этнического, национального своеобразия....» [Шарков]. К тому же совместное существование различных этносов на одной территории при решении этно- и политических задач объективно нацеливает на поиск компромиссов и методов коллективных действий. В особенности это ощущается в современной России, где продолжается процесс формирования национально-государственной идентичности, а государственная национальная политика на современном этапе направлена на решение главной задачи – разработку проекта гражданской нации, обеспечение гражданского единства и консолидацию общества в условиях регионального многообразия и этнокультурного развития общностей [Зорин, Абрамов: 16]. Очевидно, решить эту задачу невозможно без учета интересов всех участников этнополитического процесса.

## Источники

- Даракчан Г.О. (2008). Формирование межнациональной культуры общения как составная часть этнополитической культуры студенческой молодежи (на материалах Краснодарского края). Автореферат дисс. к. полит. н., Ростов-н/Д.
- Джантеева Д.С. (2014). Нормативное измерение политических коммуникаций: теоретический аспект // Гуманитарная мысль Северного Кавказа в общероссийском научном пространстве. Материалы Всероссийской научной конференции с международным участием. 15-17 ноября 2012 года. Черкесск: КЧИГИ. В 2-х ч., Ч.1. С. 66-70.
- Дробижева Л.М. (2013). Этничность в социально-политическом пространстве Российской Федерации. Опыт 20 лет. М.: Новый хронограф.
- Иванова Ю.И. (2000). Этнос: социокультурная динамика и традиции. Автореферат...д-ра ф.н. Москва.
- Пономарев Н.Ф. (2007). Политические коммуникации и манипуляции: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс.
- Сулейманова Ш.С., Рябова Е.Л. (2018). Информация в XXI веке: роль и влияние. – М.: Международный издательский центр «Этносоциум».
- Чагилов В.Р. (2002). Этничность и постсовременность: политизированная этническая идентичность в условиях глобализации. Невинномысск.
- Этнос и политика: Хрестоматия (2000). Авт.-сост. А.А. Прозаускас. Москва.
- Шарков Ф.И. (2014). Особенности развития коммуникаций в современном обществе // *Коммуникология* [эл. ресурс]: [http://www.communicology.us/2014/01/blog-post\\_9280.html](http://www.communicology.us/2014/01/blog-post_9280.html).
- Зорин В.Ю., Абрамов А.В. (2018). Государственная национальная политика, консолидация общества и политическая наука в современной России // *Вестник Московского государственного областного университета* (эл. журнал). № 1. DOI:10.18384/2224-0209-2018-1-861.
- Gerald B. (1982). The Communications Revolution in Politics. Academy of Political Science. NY. Vol. 34. No. 4. P. 1-12.
- Communities Across Borders: New Immigrants and Transnational Cultures (2002). Ed. by P. Kennedy & V. Roudometof. Routledge.
- Culture and Politics in the Information Age. Edited by Frank Webster, 2001. University of Birmingham. 288 pp.

Karim K.H. (1998). From Ethnic Media to Global Media: Transnational Communication Networks Among Diasporic Communities.

Luo L. (2016). Digital ethnic Media: Integrating Minorities & Connecting Diversities. Lund University. P.1-56.

Masuda Y. (1983). The Information Society as Postindustrial Society. Wash.: World Future Soc.

Zurawski N. (1996). Ethnicity and the Internet in a Global Society. University of Münster, Germany [el. source]: [https://www.isoc.org/inet96/proceedings/e8/e8\\_1.htm](https://www.isoc.org/inet96/proceedings/e8/e8_1.htm).

Smith A.D. (1999). Myths and memories of the nation. N.Y.: Oxford Univ. Press.

## ■ ■ ■ Ethnic Identity in Political Communication

### Juliete S. Dzhanteeva

Karachay-Cherkess Institute of Humanitarian Research, Cherkessk, Russia.

**Abstract.** The paper is dedicated to the analysis of the theoretical aspects of ethnic identity in political and communicative processes in the conditions of development of modern information society. The author has noted specific lines and main types of ethnopolitical communication and its dependence on stratification system with uneven distribution of resources and power between ethnic communities. According to the author, interethnic unranked interactions in political power dispose to achievement of ideological unity and to the establishment of the relations of cooperation, which is crucially important for stabilization of ethnopolitical situation.

**Keywords:** nation, political communication, ethnic identity, information society, ethnopolitical communication

*For citation:* Dzhanteeva J.S. Ethnic Identity in Political Communication. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.2. P. 133-141. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-2-133-141.

*Inf. about the author:* Juliete Soltanovna Dzhanteeva, Cand. Sci (Hist.), associate professor, head of department of sociological research and analysis of the Karachay-Cherkess Institute of Humanitarian Research. Address: 369000, KChR, Cherkessk, Gorky St., 1A. E-mail: dchulyach@inbox.ru.

*Received:* 02.04.2018. *Accepted:* 11.04.2018.

## References

Chagilov V.R. (2002). Ethnicity and Postmodernity: the politized ethnic identity in the conditions of globalization. Nevinnomyssk (In Rus).

Communities Across Borders: New Immigrants and Transnational Cultures (2002). Ed. by P. Kennedy & V. Roudometof. Routledge.

Culture and Politics in the Information Age. Edited by Frank Webster, 2001. University of Birmingham. 288 pp.

Darakchyan G.O. (2008). Formation of international culture of communication as a component of ethnopolitical culture of students (on materials of Krasnodar region). Abstract ... diss. Cand. Sc. (Pol.), Rostov-on-Don (In Rus).

Drobizheva L.M. (2013). Ethnicity in socio-political space of the Russian Federation. Experience of 20 years. Moscow: New Chronograph (In Rus).

Dzhanteeva J.S. (2014). Standard measurement of political communication: theoretical aspect. In: Humanitarian thought of the North Caucasus in the all-Russian scientific space. Materials of the All-Russian scientific conference with the international participation. 15-17 of November, 2012. Cherkessk: KChIGI. In 2 vols, Vol. 1. P. 66-70 (In Rus).

Ethnos and Politycy: anthology (2000). Ed. A.A. Prozauskas. Moscow (In Rus.).

Gerald B. (1982). The Communications Revolution in Politics. Academy of Political Science. NY. Vol. 34. No. 4. P. 1-12.

Ivanova Yu.I. Ethnos: sociocultural dynamics and traditions. Abstract ... diss. Dr. Sc. (Philos.). Moscow (In Rus).

Karim K.H. (1998). From Ethnic Media to Global Media: Transnational Communication Networks Among Diasporic Communities.

Luo L. (2016). Digital ethnic Media: Integrating Minorities & Connecting Diversities. Lund University. P. 1-56.

Masuda Y. (1983). The Information Society as Postindustrial Society. Wash.: World Future Soc.

Ponomarev N.F. (2007). Political communications and manipulations: Manual. Moscow: Aspect Press (In Rus).

Sharkov F.I. (2014). Features of development of communication in modern society. *Communicology* [el. source]: [http://www.communicology.us/2014/01/blog-post\\_9280.html](http://www.communicology.us/2014/01/blog-post_9280.html).

Smith A.D. (1999). Myths and memories of the nation. N.Y.: Oxford Univ. Press.

Suleymanova Sh.S., Ryabova E.L. (2018). Information in the 21<sup>st</sup> century: role and influence. M.: International publishing center 'Etnosotsium' (In Rus).

Zorin V.Y., Abramov A.V. (2018). State national policy, consolidation of society and political science in modern Russia. *Bulletin of the Moscow state regional university* (online journal). No. 1. DOI:10.18384/2224-0209-2018-1-861.

Zurawski N. (1996). Ethnicity and the Internet in a Global Society. University of Münster, Germany [el. source]: [https://www.isoc.org/inet96/proceedings/e8/e8\\_1.htm](https://www.isoc.org/inet96/proceedings/e8/e8_1.htm).

# Международная академия коммуникологии

**Коммуникология. Том 6. № 2. 2018.  
Communicology (Russia). Vol. 6. No. 2. 2018.**

**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.

**b) References in English (example):**

Sharkov, F.I., Kireeva O.F. (2013) Communication consulting of Gender relations in the business world. *Communicology (Russia)*. Vol. 3. No. 6. P. 25-36.

Никакая часть данной публикации не может быть воспроизведена или распространена в любой форме или любыми средствами, или храниться в базе данных или информационно-поисковой системе без предварительного письменного согласия редакции журнала «Коммуникология», в том числе, но не ограничиваясь, в любой сети или других электронных носителях или при передаче данных, или трансляции для дистанционного обучения. Позиция авторов представленных в номере статей не всегда совпадает с позицией издателей журнала.

No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, or stored in a database or retrieval system without the prior written consent of the Editorial Board of the journal "Communicology", including, but not limited to, in any network or other electronic media or transmission, or broadcast for distance learning. The position of the authors represented in the journal does not always coincide with the position of the publishers of the journal.

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

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

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

**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 25.04.2018 г. Формат 70x100/16

Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 9. Заказ №

Отпечатано: Акционерное общество  
«Т8 Издательские Технологии»

109316, Москва, Волгоградский проспект, дом 42, корпус 5

Тел.: 8 (499) 322-38-30