

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПЕТРА ВЕЛИКОГО

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
СОВРЕМЕННОЙ
ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАУКИ

Сборник научных трудов

Выпуск 16



ПОЛИТЕХ-ПРЕСС

Санкт-Петербургский
политехнический университет
Петра Великого

Санкт-Петербург

2021

УДК 659.3/4
А43

Р е ц е н з е н т ы:

Доктор исторических наук, профессор
Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого *С. Н. Погодин*
Доктор политических наук, профессор
Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого *М. Л. Лагутина*

Актуальные проблемы современной политической науки : сб. науч. тр. /
под ред. М. С. Арканниковой. – СПб. : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. – Вып. 16. –
255 с.

Предлагаемый сборник – результат научных исследований вузовских преподавателей, ученых и практиков Санкт-Петербурга, России, Китая и стран СНГ. Издание посвящено актуальным проблемам современного общественного развития, поиска возможностей осмысления и практического освоения новых областей знания и применения для анализа современных тенденций глобальной общественной среды. Актуализируется необходимость дальнейшего теоретического осмысления и прогнозирования трендов в политической, социальной, коммуникативной, культурологической областях и в сфере геополитики и международных отношений.

Предназначено для студентов, аспирантов, преподавателей и всех, кто интересуется проблемами современного социогуманитарного и политического знания.

Все материалы публикуются в авторской редакции, точка зрения редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

Р е д а к ц и о н н а я к о л л е г и я:

кандидат политических наук, доцент *М. С. Арканникова*,
кандидат философских наук, доцент *Л. И. Евсеева*.

Ответственный редактор – кандидат политических наук, доцент,
директор Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью
СПбПУ, докторант Санкт-Петербургского государственного университета
М. С. Арканникова

Печатается по решению

Совета по издательской деятельности Ученого совета
Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

© Арканникова М. С., научное
редактирование, 2021

© Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого, 2021

ISBN 978-5-7422-7526-8

ПРЕДИСЛОВИЕ

В публикуемом 16-м сборнике научных трудов «Актуальные проблемы современной политической науки», инициированным к изданию Высшей школой медиакоммуникаций и связей с общественностью Гуманитарного института Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, представлены результаты научного осмысления и обсуждения широкого круга общественных и политических проблем. Внимание в публикациях авторов сосредоточено на поиске значимых методологических перспектив теоретического и практического анализа для изучения состояния и прогнозирования развития общественной среды в условиях роста неопределенности и новых глобальных вызовов.

Сложная картина малопонятного настоящего и непредсказуемость будущего, быстрая смена экономических, социокультурных и политических детерминант, усиления факторов социальной тревожности, нестабильности, непредсказуемости и противоречивости сменяющих друг друга действий и событий, неоднозначности результатов их коммуникационной интерпретации и фактических последствий, формируют не только публичную, но и научную повестку. Высокий уровень изменений общественных и политических процессов на мировом и региональном уровнях, нестабильность международной системы безопасности, усиление глобального экономического кризиса, трудности в системе государственного управления внутри национальных государств, связанные, кроме других обстоятельств, с тяжелейшей для человечества пандемией, вызванной COVID-19, предъявляют исследователям новые задачи, требующие междисциплинарных исследовательских концепций и практик, выявления наиболее уникальных алгоритмов и возможностей решения кейсов общественного и политического развития.

COVID-кризис обусловил необратимость стремительного распространения дистанционных и цифровых технологий. Следует констатировать, что как бы офлайн сегодня не сдавал своих позиций, исходя из логики антропологических детерминант и здравого смысла, онлайн уже

стал равным игроком. Мощное цифровое воздействие на образ жизни, тактики и стратегии публичного поведения граждан, геймификация, которая уже выходит за пределы виртуального пространства и становится частью повседневной жизни пользователя, влияя на его потребительское поведение, медиаконвергентность среды дают возможность оценить перспективы и периоды транзита, которые характеризуют медиасреду в настоящем и будут определять ее в ближайшем будущем.

Проблемы обеспечения внутренней и внешней информационной безопасности, соблюдения принципов деловой и политической этики, эффективности функционирования исполнительной власти получили новое актуальное выражение в связи с усилением протестных настроений граждан в разных странах. Углубление миграционных проблем, военно-политической напряженности между государствами создает прецеденты настроений алармизма и катастрофизма в социальных коммуникациях, усиливает ситуации недоверия и отчуждения возможным диалоговым и переговорным процессам на двустороннем и международном уровнях. Нарастает тенденция медиатизации политики: информационно-коммуникационное воздействие на сферы деятельности и граждан государства осуществляется практически постоянно. На этом эмпирическом фоне высокие идеи Конфуция и Платона о правителях и формах управления государством получают архаичное, почти устаревшее выражение. При этом альтернатива классическим политическим учениям в современной политической науке и практике отсутствует, если не считать альтернативой такое дискуссионное и противоречивое понятие как новая этика.

Развитие коммуникативных практик и коммуникационных каналов, мессенджеров, социальных сетей осуществлялось в 2021 году в условиях усиления вектора деструктивных политических процессов между государствами, в период миграционного кризиса, экономического спада, в условиях конкуренции основных политических трендов, таких как: глобализация, локализация и глокализация. В этой сложной политической обстановке ресурсами развития сотрудничества между странами и народами являются парламентская и народная дипломатия, а именно: международные переговоры и обмены, мероприятия в сфере науки, искусства и культуры,

туризма и межкультурных коммуникаций, в том числе в условиях сетевых коммуникаций.

Становится все более очевидным, что новый мир в период и после пандемии кардинально отличается от мира, который был до COVID-кризиса. В этой связи логика обустройства быстро меняющейся жизни диктует смыслообразующую задачу и для российской политологии. Политическая наука не может оставаться в стороне от глобальных изменений, происходящих в мире. Вопросы и кризисы, вызванные трансформацией общества, институтов и практик требуют со стороны научного сообщества активного обмена информацией, коммуникаций по ключевым вопросам меняющейся общественной системы. Ход истории, определяемый Дж. Тойнби концептом «вызов – ответ», демонстрирует сегодня не только широкий спектр вызовов, но и множественность ответных реакций. И от того, какие именно ответы и в каких областях общественного знания они будут получены зависит профиль следующих десятилетий – образ будущего. Возникает необходимость расширения пространства дискурса на основе междисциплинарного синтеза подходов, складывающихся в политической науке, социологии, экономике, антропологии и культуре человекоцентричных решений в целях устойчивого развития общества. Можно сказать, что производство научного политологического знания и создания целостной картины политического мира, воспитания и обучения граждан критическому восприятию политического мира и умению ориентироваться в нем в качестве активных субъектов политического процесса приобретает сегодня особый социальный смысл и социальную значимость.

Материалы научных трудов данного сборника систематизированы в четырех разделах, отражающих научный интерес авторов к различным сферам анализа современной общественной реальности: 1. Теория политической науки и политологический анализ. 2. Коммуникационные тренды и практики в современном социуме. 3. Глобальные и локальные тенденции и проблемы мировой политики и международных отношений. 4. Межкультурные коммуникации и социокультурная динамика в изменяющемся мире.

Публикуемые материалы носят комплексных и междисциплинарный характер, отражают современный уровень научно-исследовательской работы и предложены к изданию в авторской редакции. Научные публикации могут

быть использованы в учебном процессе и научно-исследовательской работе, при разработке спецкурсов по актуальным проблемам социо-гуманитарного знания и организации образовательного процесса.

Приглашаем познакомиться с материалами данного издания, а также анонсируем открывающуюся возможность публикаций и обсуждений результатов исследований на страницах следующего 17-го сборника научных трудов «Актуальные проблемы современной политической науки» в 2022 году.

кандидат политических наук, доцент, директор Высшей школы
медиакоммуникаций и связей с общественностью Гуманитарного института
Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого,
докторант Санкт-Петербургского государственного университета
М.С. Арканникова

**Раздел I. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАУКИ И
ПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

УДК 351/354

**АДМИНИСТРАТИВНАЯ РЕФОРМА: ПРОТИВОРЕЧИЕ
АДМИНИСТРАТИВНОГО И ПОЛИТИЧЕСКОГО**

**ADMINISTRATIVE REFORM: THE CONTRADICTION OF THE
ADMINISTRATIVE AND POLITICAL**

Т.В. Шаулова,

Северо-Западный институт управления - филиал РАНХиГС

(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: shaulova63@yandex.ru

T.V. Shaulova,

North-Western Institute of Management - branch of RANEPA

(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. В статье рассмотрена зависимость между социальными, экономическими и политическими преобразованиями и возможностями исполнительной власти. Обоснована необходимость административной реформы как способа изменения структуры системы органов исполнительной власти. Раскрыты особенности взаимоотношений политического и административного уровней системы государственного управления, ведущая роль органов политической власти в административных реформах. Предпринята попытка обосновать неэффективность федеральных органов исполнительной власти неэффективностью структуры системы административного управления.

Abstract. The article examines the relationship between social, economic and political transformations and the capabilities of the executive branch. The necessity of administrative reform as a way to change the structure of the system of executive authorities has been substantiated. The features of the relationship between the political and administrative levels of the public administration system, the leading role of political authorities in administrative reforms

are revealed. An attempt has been made to substantiate the ineffectiveness of federal executive bodies by the ineffectiveness of the structure of the administrative management system.

Ключевые слова: АДМИНИСТРАТИВНАЯ РЕФОРМА, РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ, ОРГАНЫ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ, ФУНКЦИИ, ПОЛНОМОЧИЯ, ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА СИСТЕМЫ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ, НЕЭФФЕКТИВНОСТЬ

Keywords: ADMINISTRATIVE REFORM, RESTRUCTURING, EXECUTIVE BODIES, FUNCTIONS, POWERS, FUNCTIONAL STRUCTURE OF THE FEDERAL EXECUTIVE BODIES SYSTEM, INEFFICIENCY

Снижение темпов социально-экономического развития, сокращение социальных программ, падение уровня доверия к государству как следствие «неотзывчивости» систем государственного управления на вызовы «внешней среды», в конце XX века стали одной из причин начала радикальных политических, экономических, социальных преобразований. Поскольку главным «инструментом» преобразований должны были выступить правительство и органы исполнительной власти, возможности которых не соответствовали «потребностям объекта управления» в развитии (и системы публичного управления в целом), постольку началом преобразований стало изменение самого «инструмента преобразования», т.е. административная реформа.

В данной ситуации необходимо было понять и принять специфику взаимоотношений административного и политического компонентов системы государственного управления:

- Система управления имеет политико-административную природу. Следовательно, ее взаимодействие с объектом управления в целом неизбежно принимает политический характер – характер реализации политики, реакцией на дисфункции в реализации которой и будет административная реформа. Отмеченное предопределено тем, что «администрация» выступает опосредующим звеном между обществом и органами политической власти.

- Административный компонент системы государственного управления как политико-административного управления – производное системы государственной власти. В этом случае для «преобразования способа связей»

(изменения организационной структуры системы органов исполнительной власти и органов управления) необходимо решение «учредителей», т.е. органов политической власти, определяющих ее основные элементы и условия функционирования, содержание; порядок реализации целей, функций, задач, их группировки и обеспечения ресурсами (полномочиями).

- Административная реформа – самый «парадоксальный» вид реформ, поскольку и инициатором, и объектом преобразований выступает сама власть [1, С. 6].

В связи с этим выбор типа организационных структур системы и органов управления в системе государственного управления – задача не из легких, но решена она должна быть политическим руководством. В зарубежных странах направления движения от традиционной иерархической структуры к более гибкой, децентрализованной, отвечающей сложностям стоящих задач, определялись не только административными традициями и особенностями культуры управления, но и научными принципами проектирования и построения организационных структур управления, пониманием того, что компетенция органа исполнительной власти – это полномочия (как совокупность его прав и обязанностей), которые должны обеспечить достижение поставленных перед органом задач через выполнение функций. В практике реформирования административных систем это проявилось в деконцентрации и децентрализации структур и функций (например, для европейских государств было характерно движение в сторону внедрения рыночных элементов, для США – элементов корпоративного управления с последующим внедрением и развитием механизмов саморегулирования, присущих сетевым структурам). Несмотря на разность векторов, объединяет их стремление укрепить исполнительную власть, с одной стороны, и повысить ее ответственность перед обществом, с другой

В Российской Федерации система федеральных органов исполнительной власти (далее – ФОИВ) была «построена» по отраслевому принципу. К началу 2000-х она представляла собой противоречивый «конгломерат» разнообразных типов управленческих структур (министерств, госкомитетов, комитетов, надзоров, комиссий), полномочий, инструментов регулирования, что делало ее внутренне конфликтной и неэффективной, но обладающей избыточным функционалом. Последнее создавало серьезные административные барьеры

для бизнеса и, в тоже время, выступало источников коррупционных доходов для чиновников. Поэтому необходимость пересмотра ее функционала с последующим сокращением и перераспределением сохраняющихся полномочий / функций между ведомствами так, чтобы избежать конфликта интересов, была объективно обусловлена.

Указ Президента РФ №314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» 2004 года [2] определил новую административную и организационную структуру ФОИВ – «министерства – службы – агентства», в основу которой были заложены принципы специализации и разделения полномочий / функций, «разнесенных» по трем типам ФОИВ: по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию (компетенция министерств); по контролю и надзору (служб); по управлению государственным имуществом и оказанию государственных услуг (агентств).

Исполняемые функции предопределили не только структуру ФОИВ, но и характер административных процедур, регуляторами которых стали положения, административные регламенты, должностные инструкции и текущие поручения. Последние контрастировали с функциональной организацией, что создавало ограничения для повышения результативности и эффективности.

На данный момент можно говорить о том, что задачи, поставленные в 2004 году в Указе №314, были реализованы лишь частично. Функциональная структура системы ФОИВ (трехзвенная модель: министерства – службы – агентства), «предполагающая» повышение эффективности государственного управления за счет исключения конфликта интересов при совмещении исполнения разных видов функций, разделение и конкретизацию ответственности за результаты деятельности, будет способствовать повышению качества государственных управленческих решений, сокращению численности ФОИВ, обеспечению организации и координации межведомственного взаимодействия ФОИВ и пр., в отечественной практике себя не оправдала. Хотя по мнению некоторых, это объективно предопределено, поскольку применение «функций как основы» для идентификации деятельности не приемлемы, в силу их неконкретности, широкого распределения полномочий и размытости ответственности [3].

В данной ситуации независимо от отношения к функциональному принципу построения структуры системы ФОИВ, вопрос: «почему?» не теряет своей актуальности. Поэтому обратим внимание на основные проблемы структуры системы, ограничившие ее возможность повысить эффективность.

Перманентная реорганизация структуры системы ФОИВ может рассматриваться как результат не планомерности преобразований, ангажированности политических решений, преобладания поручений, как следствие несовершенства созданной структуры системы ФОИВ (таб. 1).

Таблица 1

Количество и типы федеральных органов исполнительной власти

<i>Количество и типы ФОИВ</i>	2003	2004 [4]	2007 [5]	2012 [6]	2016 [7]	2018 [8]	2020 [9]
министерства	23	15	16	20	1	21	21
госкомитеты	6	29	2	-		-	-
комитеты	-	29	-	-		-	-
агентства	8		36	25	2	26	27
службы	13		33	34	9	23	23
надзоры	2		-	-		-	-
комиссии	2		-	-		-	-
ВСЕГО	54	73	87	79	12	70	71

По мнению Минченко О.С. «стройная система функционального разделения под эгидой борьбы с конфликтом интересов была разрушена еще на этапе создания». По расчетам автора система подвергалась корректировке с 2004 года по 2020 годы около 70 раз, т.е. в целом трижды в год происходили существенные изменения функционала ФОИВ [10, С. 46].

Необоснованное увеличение численности ФОИВ. Увеличение численности ФОИВ без создания должных механизмов координации в рамках функциональной структуры объективно предопределяет ее неэффективность. Вместо заявленной оптимизации числа органов в системе государственного управления наблюдаются прямо противоположные процессы – увеличение их

числа и, соответственно, увеличение численности государственных служащих.

Отделение правоустанавливающих функций от правоприменительных осталось условным: значительное число служб и агентств осталось и продолжает оставаться «под началом» министерств (таблица 2). В частности, в Президентском блоке в 2020 году было 5 служб и 1 агентство; в правительственном – 11 служб и 14 агентств.

Таблица 2

Федеральные органы исполнительной власти, руководство деятельностью которых осуществляет Президент РФ (+) службы и агентства, подведомственные этим министерства

<i>ФОИВ</i> , под руководством Президента РФ (+) службы и агентства, подведомственные этим министерствам		
<i>ФОИВ</i>	2018	2020
министерства	5	5
службы	6+4	6 + 5
агентства	3+1	3 + 1
<i>ФОИВ</i> под руководством Правительства РФ (+) Службы и агентства, подведомственные этим министерствам		
<i>ФОИВ</i>	2018	2020
министерства	16	16
службы	4+12	5+11
агентства	3+16	5+14

Примечательно то, что в соответствии с Указом Президента РФ от 20.05.2004 г. №649 [11] (принятым через 2 месяца после Указа №314, в котором было закреплено отделение функций) службы и агентства, руководство которыми осуществляет Правительство РФ, дополнительно были наделены и правом по принятию нормативно-правовых актов. Практика совмещения функций была закреплена и в Указе от 21.05.2012 года №636 «О структуре федеральных органов исполнительной власти».

Руководителями вновь образуемых ведомств – служб и агентств становились и становятся чаще всего служащие преобразованных министерств.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Купряшин Г.Л. Административная реформа: модели и механизмы // Государственное управление. Электронный вестник Выпуск № 58. Октябрь 2016 г. С. 6 - 38.
2. Дмитриев М., Фондукова Л., Янков К. Оптимизация административных процессов в системе государственного управления: предварительные результаты эмпирического анализа // Экономическая политика. 2016. Т. 11. № 2. С. 7-21.
3. Указ Президента РФ №314 от 09.03.2004 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» (с изменениями и дополнениями) // <http://www.kremlin.ru/acts/bank/20611>
4. Указ Президента РФ №1274 от 24.09.2007 «Вопросы структуры федеральных органов исполнительной власти» (в ред. Указа от 11.10.2007 № 1359) // <http://www.kremlin.ru/acts/bank/26210>
5. Указ Президента РФ №636 от 21.05. 2012 «О структуре федеральных органов исполнительной власти» (в ред. Указа № 881 от 25.06. 2012) // <http://www.kremlin.ru/acts/bank/35300>
6. Указ Президента РФ от 29.12.2016 №727 «О структуре федеральных органов исполнительной власти» // <http://www.kremlin.ru/acts/news/62622>
7. Указ Президента Российской Федерации от 15.05.2018 г. №215 «О структуре федеральных органов исполнительной власти» // <http://www.kremlin.ru/acts/news/57475>
8. Указ Президента Российской Федерации «О структуре федеральных органов исполнительной власти» от 21.01.2020 №21 (В редакции указов Президента Российской Федерации от 25.03.2020 №207, от 05.06.2020 №372, от 09.11.2020 №681, от 20.11.2020 №719) // <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45111>
9. Минченко О.С. Взаимосвязь структурной оптимизации и эффективности работы федеральных органов исполнительной власти. // Вопросы государственного и муниципального управления. 2020. № 1, С. 44 - 45.
10. Указ Президента РФ от 20.05.2004 г. № 649 «Вопросы структуры федеральных органов исполнительной власти» от 20.05.2004 г. № 649 // <http://www.kremlin.ru/acts/bank/20910>.

**АНАЛИЗ РОЛИ ПОЛИТИЧЕСКИХ МЫСЛЕЙ КОНФУЦИЯ В
НОВУЮ ЭРУ**

**ANALYSIS OF THE ROLE OF POLITICAL THOUGHTS
CONFUSION IN A NEW ERA**

Люй Цзяинь,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: LJYIN@yandex.ru

Lyu Jiayin,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. Данная статья представляет собой анализ роли политических мыслей Конфуция в новую эру. В статье рассматриваются способ управления страной, отношения между правителем и народом и упор на образование в политических мыслях Конфуция. Показано правильное отношение к традиционной культуре. Анализируется и важное влияние конфуцианской политической мысли на управление страной в новую эпоху. Доказывается, что конфуцианская культура является основной частью традиционной китайской культуры и важным источником мысли для социалистической культуры с китайской спецификой. Мы должны не только четко воспринимать полезные просветления Конфуция об управлении страной в новую эпоху, но также постоянно обогащать и развивать теорию социализма с китайской спецификой в соответствии с новыми требованиями.

Abstract. This paper provides an analysis of the role of Confucius' political thoughts in the new era. The article examines the way the country is governed, the relationship between the ruler and the people, and the emphasis on education in the political thoughts of Confucius. Shows the correct attitude to traditional culture. The important influence of Confucian political thought on the governance of the country in the new era is also described. It proves that Confucian culture is the main part of traditional Chinese culture and an important source of thought for a socialist culture with Chinese characteristics. We must not only clearly perceive the useful enlightenments of Confucius about governing the country in a new era, but also constantly enrich and develop the theory of socialism with Chinese characteristics in accordance with new requirements.

Ключевые слова: КОНФУЦИЙ, ПОЛИТИЧЕСКИЕ МЫСЛИ, КИТАЙСКАЯ КУЛЬТУРА, СОЦИАЛИЗМ, КИТАЙСКАЯ СПЕЦИФИКА

Keywords: CONFUCIUS, POLITICAL THOUGHTS, CHINESE CULTURE, SOCIALISM, CHINESE CHARACTERISTICS

Цянь Му, современный китайский историк, восхвалял «Конфуция как величайшего святого в истории Китая. На протяжении более пяти тысяч лет наставления Конфуций вносит наибольший вклад в процесс китайской истории, утверждение идеалов китайской культуры и он является наибольшим вкладчиком с самым глубоким влиянием. Никто не может сравниться с Конфуцием» [1]. Конфуций – гигант в истории китайской мысли и культуры и непреодолимая вершина в истории китайской цивилизации. Политическая мысль Конфуция – это законченная и сложная система, включающая способ управления страной, отношения между правителем и народом и упор на образование. Конфуций выступал за воплощение высоких идеалов не в духовной сфере, а в повседневной жизни, и в сфере управления государством [10, С.16].

Чтобы изменить сильно разрушенные феодальные правила, постановления обрядов и образования, а также социальный статус-кво беспорядка в мире, Конфуций выступал за восстановление Чжоу ли (этикетов Чжоу) и установление именованья и порядка, начиная с «исправления имен», чтобы изменить беспорядочное состояние «народ в недоумении» [2] и заставить мир погрузиться в систему этикетов.

По мнению Конфуция, «Если у народа нет гуманности, как они могут быть вежливыми?» [6]. Поэтому Конфуций считал, что «жэнь» (гуманность) и «ли» (этикет) должны быть объединены. Гуманность – это внутренняя эмоция, а этикет – это проявление и экстернализация гуманности. Осуществление этикета основано на реализации гуманности, и в то же время Конфуций подчеркивал «обуздать себя и вернуться к ли (этикету) – в этом подлинная гуманность», принимая восстановление Чжоу ли (этикетов Чжоу) как свою собственную ответственность. Конфуций утверждал, что цель гуманности должна быть достигнута путем поиска причины случившегося в самом себе и опоры на возвышение морали и субъективного сознания.

«Жэнь» (гуманность) и «ли» (этикет) – это два основных духа

политической мысли Конфуция. На этом основании Конфуций выступал за объединение «управление страной на основе нравственных норм» и «управление страной с помощью этикетов», обучал народа морали и формировал строгий иерархический порядок правителя и придворных, отца и сына, знатных и низших через «управление страной с помощью этикетов».

«Любить народа» – это основная черта политической мысли Конфуция. По мнению Конфуция, «достаточное количество пищи», «сильная армия» [2] и «доверие народа» являются ключевыми элементами управления страной. Однако, «доверие народа» стоит на первом месте по сравнению с «достаточной едой» и «сильной армией». Без доверия нет основы для государства [9, С. 198]. Доверие и поддержка народа являются основой безопасности и судьбы нации. Это требует от правителя улучшать условия жизни народа, приносить пользу народу, любить народа и завоевывать доверие народа. Конфуций заявил, что «народ считает правителя сердцем, а правитель рассматривает народа как тело. Если сердце сильное, тело комфортно; если сердце серьезное, внешний вид и поведение уважительны; если сердце счастливо, тело должно быть здоровым. То, что нравится правителю, народ также хочет получить это. Сердце сохраняется из-за защиты тела, и оно также будет повреждено из-за недостаточности тела; правитель существует благодаря поддержке народа и погибнет из-за противодействия со стороны народа» [3]. Требуется, чтобы правители исходили из жизненно важных интересов народа, думали о том, что хочет народ. Только когда правитель подчеркивает, приносит пользу и любит народ на основе понимания страданий народа, он может управлять страной и добиваться мира и стабильности для страны и народа.

Что касается образования, Конфуций выступал за увеличение числа населения и его богатство, а затем обучение его после того, как сделало его богатым, используя образование как средство поддержания политического правления. Посредством «богатства» и «образования» [5] достигается цель управления страной и народом. Осуществление ритуального и музыкального образования также является важным средством улучшения нравственного воспитания людей и достижения «управления на основе нравственных норм». Конфуций сказал, что «благородный муж должен уважать присущее ему добро, но также развивать добро через обучение» [4]. Именно «благородными мужами», их качествами и поступками определяются и настроения народа [8,

С. 557].

При выборе учащихся Конфуций настаивал, что «в обучении не должно делать различий в зависимости от положения учащихся» [4], выступая за набор учащихся со всего мира, независимо от благородных, низших и национальных границ [3]. Что касается методов обучения, Конфуций выступал за обучение учащихся в соответствии с их способностями, выступая за дифференцированное обучение в соответствии с реальной ситуацией учащихся и индивидуальными различиями, чтобы учащиеся могли максимизировать свои сильные стороны и избегать слабых мест для достижения наилучшего развития.

В новую эру мы должны руководствоваться марксизмом, относиться к традиционной культуре с научной точки зрения, «взять самое ценное и отбросить шелуху». Основываясь на реалиях современного Китая в сочетании с условиями нынешней эпохи, мы должны дифференцированно относиться к традиционной культуре, наследовать и продвигать идеологическую сущность традиционной культуры. Социализм с китайской спецификой вступил в новую эру, и требуют от нас сочетания традиционной культуры с условиями новой эры для творческой трансформации и инновационного развития, преобразования коннотаций и устаревших выражений, которые все еще имеют ценность для справки, и преобразования превосходных традиционных китайских культур. Что касается политических мыслей Конфуция, мы также должны относиться к ним с научной точки зрения, чтобы объединить развитие и отказ и подробно проанализировать конкретные вопросы.

«Не забывать оригинал, чтобы открыть будущее. Хорошо разбираться в наследственности, чтобы вносить лучшие инновации». Конфуцианская политическая мысль является важным идеологическим и культурным ресурсом для управления в новую эпоху, и ее влияние на Мысли Си Цзиньпина о социализме с китайской спецификой в новую эпоху отражена во всех аспектах, и автор выберет несколько аспектов для обсуждения.

1. Управлять страной на основе нравственных норм и с помощью законов.

«Разработка и внедрение правовой системы является отправной точкой для национального управления». «Управление страной с помощью законов» [7] является признаком политической зрелости, а также является основным

способом управления страной. Развитие социализма с китайской спецификой неотделимо от верховенства закона. Всеобъемлющее «управление страной с помощью законов» играет важную роль в «четырёх комплексных» стратегических планах. Это важный стратегический вопрос, связанный с управлением коммунистической партией и обновлением страны, счастьем и благополучием людей и долгосрочными перспективами, является необходимым требованием и важной гарантией социализма с китайской спецификой.

Придерживать сочетания управления страной с помощью законов и управления страной на основе нравственных норм. Закон – это письменная мораль, а мораль – это внутренний закон. И закон, и мораль имеют функцию регулирования социального поведения и поддержания общественного порядка.

Сочетание верховенства добродетели и верховенства закона в новую эпоху отличается от проповедей Конфуция «управления на основе нравственных норм». Конфуций очень противостоит «управление с помощью законов», по его мнению, «если руководить народом посредством законов и поддерживать порядок при помощи наказаний, народ будет стремиться уклоняться от наказаний и не будет испытывать стыда; если же руководить народом посредством добродетели и поддерживать порядок при помощи этикетов, народ будет испытывать стыд перед своим правителем, и он исправится» [8]. В новую эпоху в Китае существует четкая концепция верховенства закона. Рассматривается верховенство закона как основной способ управления страной, сочетающий верховенство закона с верховенством добродетели, и стратегия управления страной является более совершенной, соответствующий национальным условиям и потребностям развития Китая.

2. Акцентировать внимание на мысли, ориентированной на людей.

«Существуют неизменные правила управления страной, но самое главное – это приносить пользу народу» [11]. Коммунистическая партия Китая ставит интересы народа во главу угла и проводит массовую линию партии во всех действиях в стране. Коммунистическая партия Китая нацелена на повышение безопасности и улучшение условий жизни людей с точки зрения образования, занятости, доходов, системы социального обеспечения, борьбы с бедностью, здорового Китая, совместного управления и совместного использования, а также поддержания национальной безопасности для

постоянного удовлетворения растущих потребностей людей, для того, чтобы сделать для людей чувство выгоды, счастья и безопасности более существенным, более безопасным и более устойчивым.

«Образование должно быть главным приоритетом в столетнем плане» [12]. Образование является краеугольным камнем национального возрождения и социального прогресса, и оно имеет отношение к будущему страны. В процессе социалистической модернизации с китайской спецификой в новую эпоху страна должна неуклонно реализовывать стратегию омоложения страны с помощью науки и образования, уделять первоочередное внимание образованию, ускорять модернизацию образования и стремиться обеспечить образование, удовлетворяющее народ.

В 2007 году Организация экономического сотрудничества и развития определила равенство в образовании как справедливость и охват. Оно должно не только избегать личных и социальных факторов, которые мешают народу получать образование, но и обеспечивать, чтобы каждый получил базовые и минимальные стандарты образования.

Равенство в образовании должно состоять в том, чтобы «обучать учащихся в соответствии с их индивидуальными особенностями», активно развивать качественное образование, сосредотачиваться на общем развитии нравственности, интеллекта и физической красоты, обогащать механизм оценки «хороших учащихся», уважать уникальность учащихся и задействовать потенциал учащихся разными способами.

Кроме того, равенство в образовании должно дополнять недостатки образования и способствовать притоку образовательных ресурсов. Нам необходимо усилить поддержку слабых мест, таких как западные регионы, сельские районы, старые и молодые приграничные районы и бедные острова [11], придавать большое значение популяризации обязательного образования и повышению качества образования, чтобы больше людей могли получать хорошее и справедливое образование.

Мысль Конфуция «в обучении не должно делать различий в зависимости от положения учащихся» [2] создала прецедент для всеобщего образования, принесшего пользу 1,4 миллиарда человек и сделав образование более доступным. Мысль Конфуция «обучать учащихся в соответствии с их индивидуальными особенностями» [4] служит методологическим

руководством для развития образования и преподавания в новую эпоху. Более того, с быстрым развитием новых отраслей и сфер услуг, требования к профессионализации и качеству талантов будут продолжать расти, а мысль «обучать учащихся в соответствии с их индивидуальными особенностями» станет еще более важным.

Являясь важным источником социалистической культуры с китайской спецификой, превосходная китайская традиционная культура является выдающимся преимуществом китайской нации. Обширная и глубокая превосходная традиционная культура содержит глубокую культурную мягкую силу, а политическая мысль Конфуция является ее важным источником.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. 钱穆[Qian Mu]. 《钱穆作品系列:孔子传》 ["The Series of Qian Mu's Works: Biography of Confucius"]/三联书店[Sanlian Bookstore] - 北京[Beijing]. 2002.[in Chinese]
2. 张海婴[Zhang Haiying]. 《中华经典藏书:论语》 ["The Analects of Chinese Classics Collection:lunyu"]/中华书局[Zhonghua Book Company] - 北京[Beijing]. 2007.[in Chinese]
3. 司马迁[Sima Qian]. 《史记》 ["Historical Records"]/中华书局[Zhonghua Book Company] - 北京[Beijing]. 1982.[in Chinese]
4. 孔子[Confucius]. 《论语》 [Lunyu ("Conversations and Judgments")]/中华书局 [Zhonghua Book Company] - 北京[Beijing]. 2006.[in Chinese]
5. 孔子[Confucius]. 《周易》 ["Zhou yi"]/中华书局[Zhonghua Book Company] - 北京[Beijing]. 2006.[in Chinese]
6. 子思[Zi Si]. 《礼记·中庸》 ["Middle and Permanence"] / 《礼记》 ["Notes of Decency"]//中华书局[Zhonghua Book Company] -北京[Beijing]. 2001.[in Chinese]
7. Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Прикладная юридическая психология. 2014. №2. С. 7-15.
8. Чеснокова Е.А., Пономарева В.В. Аллея науки. 2017. Т. 1. №14. С. 552-564.
9. Бутов А.В. Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2017. №2(92). С. 195-198.
10. Грицанова А.Р. В сборнике: Образование и наука в современных реалиях. Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции. Редколлегия: О.Н. Широков [и др.]. 2018. С. 15-16.
11. 中共中央宣传部[The Propaganda Department of the Central Committee of the Communist Party of China]. 《习近平总书记系列重要讲话读本（2016年版）》 ["General Secretary Xi Jinping's Series of Important Speech Readers (2016 Edition)"]/人民出版社[People's Publishing House] - 北京[Beijing]. 2016.[in Chinese]

12. 习近平[Xi Jinping]. 《习近平谈治国理政》 ["Xi Jinping on State Governance"]/
外文出版社[Foreign Languages Publishing House] - 北京[Beijing]. 2014.[in Chinese]

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ВЛАСТИ

CRITERIA FOR EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF REGIONAL AUTHORITIES

А.В. Ковалевский,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: kovalevsky.ar.vas@yandex.ru

A.V. Kovalevsky,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. Проблема оценки эффективности региональной власти является одной из самых важных и обсуждаемых тем в современной политической науке. Вместе с этим исследование сферы ответственности и результативности конкретных государственных структур и политических акторов представляется затруднительным ввиду необходимости оценки как формальных показателей, регламентированных федеральными нормативно-правовыми актами, так и неформальных, демонстрирующих персонализированный уровень компетентности отдельных институтов и ответственных лиц в публичном поле. В условиях перманентных изменений социально-экономической среды и поступающих в адрес власти вызовов требуется соответствующее совершенствование методов анализа результативности управленческих решений власти в субъектах, поскольку именно от их действий зависит устойчивое развитие территорий в целом, а также повышение уровня благосостояния отдельных граждан, в частности.

Abstract. The problem of assessing the effectiveness of regional government is one of the most important and discussed topics in modern political science. At the same time, the study of the sphere of responsibility and effectiveness of specific state structures and political actors seems difficult due to the need to evaluate both formal indicators regulated by federal regulatory legal acts and informal ones that demonstrate a personalized level of competence of individual institutions and responsible persons in the public field. In the conditions of permanent changes in the socio-economic environment and challenges coming to the authorities, appropriate improvement of methods for analyzing the effectiveness of managerial decisions of the authorities

in the subjects is required, since it is on their actions that the sustainable development of territories in general depends, as well as improving the welfare of individual citizens.

Ключевые слова: РЕГИОНАЛЬНАЯ ВЛАСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВЛАСТИ, РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА, ОТКРЫТОСТЬ ВЛАСТИ, РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ, ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Keywords: REGIONAL GOVERNMENT, THE EFFECTIVENESS OF AUTHORITY, REGIONAL POLICY, TRANSPARENCY OF THE AUTHORITIES, REGIONAL DEVELOPMENT, REGIONAL ADMINISTRATION

На данный момент вопрос повышения эффективности региональной исполнительной власти в управлении постепенно приобретает все большее значение. Продолжающаяся пандемия и перманентно фиксируемые социально-экономические противоречия в регионах заставляют истеблишмент реагировать на поступающие угрозы и вызовы не только в связи с необходимостью отчета федеральному центру, но и в связи с необходимостью поддержания авторитета и репутации власти в самом субъекте. Немаловажно, что на фоне возрастающей роли несистемных акторов на политическую сферу, критерии эффективности системы госуправления в регионах в целом остаются неопределенными. Естественно, в госсекторе присутствуют единые показатели эффективности, но конечный продукт деятельности государственных институтов практически не поддается измерению и не приспособлен для измерения по типу конкурентоспособности [1].

Тем не менее, применительно к конкретной административной единице, анализ конкретных КРІ является наиболее удобным и объективным, но при таком подходе фиксация субъективных факторов становится невозможна. В данном случае в качестве критериев оценки могут выступать самые разнообразные результаты управленческой деятельности, но обязательно имеющие возможность быть представленными в математическом отношении. Г.В. Атаманчук отмечает, что оценка эффективности должна определяться общественным значением критериев, то есть соотносится с идеалами, принципами, целями, концепциями, нормами рассматриваемой системы [2]. Другими словами, важно понимать разницу между социально-экономической

ситуацией в регионе *A* от ситуации в регионе *B* и не сводить все показатели к упрощенной статистической «палочной» системе.

С нормативной точки зрения, на уровне регионов существуют четкие критерии эффективности. Так, указ Президента Российской Федерации от 04.02.2021 №68 «Об оценке эффективности деятельности высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов Российской Федерации и деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» демонстрирует прерогативы федерального центра в надзоре за регионами [3]. Документ содержит 20 критериев эффективности, среди которых первостепенную роль имеют демографические (численность населения, ожидаемая продолжительность жизни и т.п.) и экономические показатели (темпы роста инвестирования в основной капитал, темпы роста заработной платы и т.п.).

Практическая ценность подобных критериев, наряду с которыми в данный момент существует оценка процесса выполнения положений национальных проектов, безусловна важна. Более того, отмечается положительная динамика в вопросах контроля регионов: если еще пять лет назад создание комфортной городской среды и уровень диджитализации не были формализованы [4], то на сегодняшний день создание комфортных условий жизни и цифровизация стали полноценным приоритетом власти в развитии территорий. Тем не менее, даже с учетом фиксации новых тенденций, данные критерии не позволяют осуществить полноценный анализ эффективности деятельности исполнительных органов власти и первых лиц в субъектах.

Многие авторы обращали внимание на безусловную важность проведения оценки результатов деятельности власти в регионах, но их подход связан лишь с обобщенными характеристиками [5; 6] или же рассмотрением сугубо экономических показателей оценки эффективности работы органов исполнительной ветви власти [7]. По мнению ряда специалистов, в отрасли территориального администрирования, помимо экономических критериев, особо выделяются еще несколько механизмов оценки: взаимоотношения между центром и регионами, а также каналы и формы межэлитных коммуникаций на региональном и федеральном уровнях [8]. Прежде всего,

играют роль не количественные показатели, а неформальная сторона политической жизни. Таким образом, лояльность вертикальной системе, компромисс и принятие «правил игры» становятся одним из индикаторов успешности власти на местах. Кроме этого, речь может идти о нескольких стратегиях взаимодействия разноуровневых политических элит: они могут находиться в состояниях конфликта и компромисса [9].

В современных условиях каждый из регионов выполняет предписания формальных требований эффективности. В то же время, как отмечает И.Ю. Зинченко, способность формальных показателей демонстрировать реально сложившуюся картину происходящего крайне мала, поскольку на оценочную процедуру имеют влияние несколько важных моментов: уникальность акторов и политического поля в регионе, не позволяющая определить надежные характеристики полезности, а также невозможность оценки конкретных решений исполнителей [10]. Таким образом, остается открытым вопрос о вышеуказанных неформальных взаимоотношениях в регионе.

Ярким примером эффективности или неэффективности региональной власти может являться наличие внутренних конфликтов, которые регистрируются центром только в негласном процессе принятия решений. В данном контексте интересен пример Мурманской области, где фиксируются довольно высокие показатели эффективности по установленным федеральными органами количественным показателям, но наличие в регионе перманентного конфликта между представителями региональной власти, а именно интересантами бывшего мэра города Мурманск Алексея Веллера и командой технократов губернатора региона Андрея Чибиса. С этой точки зрения естественным становятся репутационные издержки, которые испытывают представители власти: отклонение согласованной главой региона кандидатуры Ольги Дзюбы на пост мэра областной столицы [11], обвинительное заключение прокуратуры в отношении директора АНО «Институт развития регионов» – сестры губернатора Татьяны Кретовой [12], проверка оффшорных счетов Веллера [13], отставка главы Администрации города Мурманск Андрея Сысоева [14]. Тем не менее, более существенным представляется вопрос, насколько конфликт между командами политиков с их противостоянием в медиаполе может отражаться на показателях

эффективности власти, и должны ли неформальные критерии учитываться при официальной оценке.

С нашей точки зрения, качественные показатели могут фиксироваться в том же статусе, что и ранее установленные количественные критерии указа Президента РФ, поскольку за этим скрываются важнейшие процессуальные и прогностические критерии оценки деятельности власти. Необходимость подобного подхода обоснована, например, слабой результативностью управленцев-варягов [15], неспособных в короткий промежуток времени разрешить ключевые проблемы в регионе. Ярким примером отсутствия такой возможности является назначение заместителя министра здравоохранения России Владимира Уйбы временно исполняющим обязанности Главы Республики Коми с целью стабилизации сферы здравоохранения в регионе в период пандемии COVID-19 (впоследствии Уйба одержал победу на губернаторских выборах). Даже при наличии хорошей коммуникации с федеральным центром и взаимными договоренностями в части назначения кадров, политик ограничен в реализации собственных потенциалов в субъекте уникальными особенностями публичного поля: конфликт между региональным правительством и реготделением партии КПРФ [16], активность Межрегионального общественного движения «Коми войтыр» [17]. Нельзя не признать, что подобные обстоятельства не могут не влиять на эффективность деятельности региональной власти по повышению уровня благосостояния населения. Таким образом, в условиях недостаточности данных о региональной повестке и внутренних противоречиях, а также наличии в регионе своих уникальных особенностей пространства публичной коммуникации, управленческие решения не всегда могут достичь желаемого результата [18]. В данном контексте является логичным повышение прозрачности оценки эффективности органов власти и, как следствие, принимаемых центром решений.

Определение качественных показателей эффективности в госуправлении является важнейшим маркером при оценке региональной власти. Возможность внедрения в нормативную базу структурированной и гласной системы оценивания властных институтов, в том числе, на примере популярных у госслужащих докладов профильных агентств [19] или рейтингов федеральных телеграмм-каналов [20], может усилить уровень

доверительного отношения населения к принимаемым решениям федерального центра относительно оценки эффективности региональной власти. Таким образом, можно отметить высокую степень актуальности инструментов и каналов коммуникации для поддержания должного уровня публичности государственной власти всех уровней.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Гаман-Голутвина О.В., Сморгунев Л.В., Соловьев А.И., Туровский Р.Ф. Эффективность государственного управления в России. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.inop.ru/files/Chapter2.pdf> (дата обращения: 23.10.2021).
2. Атаманчук Г.В. Критерии социальной эффективности управления // Проблемы повышения эффективности государственного и муниципального управления в современной России: сборник научных трудов. – Ростов-на-Дону: Инфра, 2008. – 204 с.
3. Указ Президента Российской Федерации от 04.02.2021 № 68 «Об оценке эффективности деятельности высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов Российской Федерации и деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. – URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/35958> (дата обращения: 23.10.2021).
4. Указ Президента Российской Федерации от 21.08.2012 № 1199 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации. [Электронный ресурс]. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201208230005?index=2&rangeSize=1> (дата обращения: 23.10.2021).
5. Хольцер М. Производительность, государственное управление и демократия. Эффективность государственного управления // Социс. – 2008. – № 4. – С. 56-64.
6. Якунин В.И., Сулакшин С.С., Тимченко А.Н. Теоретические аспекты проблемы эффективности государственного управления // Власть. – 2006. – № 8. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.rusrand.ru/public/public_1.html. (дата обращения: 23.10.2021).
7. Абляшев А.Р. Разработка методики оценки результативности и эффективности органов исполнительной власти // Экономика и предпринимательство. 2015. №61. С. 93-96.
8. Бахлова О.В. Сценарный подход к эволюции территориальной системы России: официальный и альтернативные проекты / О.В. Бахлова // Вестн. Поволж. акад. гос. службы. 2011. № 3. С. 12-19.
9. Гельман В.Я. Региональная власть в современной России: институты, режимы и практики / В. Я. Гельман // Полис. 1998. № 1. С. 88–105.

10. Зинченко И.Ю. Оценка эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ. Социально-экономические явления и процессы. 2014, 9 (1). С. 14-18 .
11. Депутаты недопоняли губернатора. 30.09.2021. Сайт издания «Коммерсантъ» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5009278> (дата обращения: 23.10.2021).
12. Дмитрий Артеменко. Сестру губернатора Чибиса обвиняют в крупном мошенничестве. 10.10.2021. Сайт издания «Арктический обозреватель» [Электронный ресурс]. – URL: <https://murmansk.ru/16283> (дата обращения: 23.10.2021).
13. Александр Жуков. Веллер может вылететь из Думы. 21.10.2021. Сайт издания «Хибины.com» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.hibiny.com/news/archive/250757/> (дата обращения: 23.10.2021).
14. Глава Мурманска ушел в отставку. 23.08.2021. Сайт информационного агентства «РИА Новости» [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/20210823/murmansk-1746815379.html> (дата обращения: 23.10.2021).
15. Подвинцев О.Б. Губернаторы-«Варяги» и региональные политические элиты в современной России: условия и тенденции взаимодействия. Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2009, 5 (2). С. 56–71.
16. Власти Коми прокомментировали конфликт между губернатором и депутатом. 30.04.2021. Сайт информационного агентства «РИА Новости» [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/20210430/konflikt-1730644171.html> (дата обращения: 23.10.2021).
17. Официальная страница Межрегионального общественного движения народа коми «Коми Войтыр» [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/voityr> (дата обращения: 23.10.2021).
18. Еремин С.Г. О современном публичном обсуждении вопросов управления государственным имуществом и приватизации. Право и экономика. 2014. №2 (312). С. 4-7.
19. Десятый рейтинг политической устойчивости губернаторов «Госссовет 2.0». Официальный сайт коммуникационного холдинга «Минченко Консалтинг». [Электронный ресурс]. – URL: https://minchenko.ru/analitika/analitika_91.html (дата обращения: 23.10.2021).
20. Ежемесячный рейтинг заместителей глав региона в РФ. Телеграмм-канал «Замгубернатора». [Электронный ресурс]. – URL: <https://t.me/matrosou/11286> (дата обращения: 23.10.2021).

**ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ
ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЕЖИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ**

**PROBLEMS OF FORMING POLITICAL IDENTITY OF YOUTH IN
THE DIGITAL ENVIRONMENT**

Анна С. Сафонова,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: safonova_as@spbstu.ru

Anna S. Safonova,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. В статье автор рассматривает проблемы формирования политической идентичности российской молодежи в интернет-среде. Обращается внимание на происходящие изменения в структуре цифровых политических коммуникации и формирование гражданского участия «виртуального» типа. Использование сетевыми сообществами современных механизмов управления общественным мнением и сознанием (манипулирование, ранжирование новостей, астротурфинг, использование ботов и фейковых новостей и др.) приводит к ситуации поляризации и фрагментации политических мнений и установок молодежи.

Перед обществом и государством стоит задача создания институтов, направленных на формирование критического мышления и цифровой культуры молодежи, развитие общегражданских ценностных ориентаций, правового сознания и гражданской активности.

Abstract. In the article, the author examines the problems of the formation of the political identity of Russian youth in the Internet environment. Attention is drawn to the ongoing changes in the structure of digital political communication and the formation of civic participation of the "virtual" type. The use by network communities of modern mechanisms for managing public opinion and consciousness (manipulation, news ranking, astroturfing, the use of bots and fake news, etc.) leads to a situation of polarization and fragmentation of political opinions and attitudes of young people.

Society and the state are faced with the task of creating institutions aimed at the formation of critical thinking, digital culture, the development of general civic value orientations, legal consciousness and civic engagement.

Ключевые слова: МОЛОДЕЖЬ, ПОЛИТИКА, ПОЛИТИЧЕСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ, ИНТЕРНЕТ, КОММУНИКАЦИЯ

Keywords: YOUTH, POLITICS, POLITICAL IDENTITY, INTERNET, COMMUNICATION

Участие молодежи в социально-политической жизни с помощью интернет-технологий, с одной стороны, повышает уровень гражданской вовлеченности и активности, формирует новую политическую культуру, способствует открытости политической системы, с другой, приводит к ужесточению борьбы разных политических акторов за внимание молодых пользователей, которые зачастую оказываются психологически и социально незрелыми, а потому становятся удобным объектом для манипуляций, пропаганды и информационного воздействия.

По данным ВЦИОМ, опубликованным в сентябре 2021 г., молодые россияне узнают новости общественно-политической жизни именно из социальных сетей и блогов в интернете – 35-45%, далее следуют новостные, аналитические и официальные сайты – 20%, телевидение смотрят не более 11-19% молодежи. Наиболее популярными в России социальными сетями являются YouTube (75%), «ВКонтакте» (61%), Instagram (53%) и Telegram (42%). Политический контент пользователи чаще всего читают в Facebook (23%), Twitter (42%) и Telegram (25%) [1].

Если традиционные СМИ, как правило, ограничены рамками редакционной политики или давлением игроков медиарынка, новые социальные медиа, являясь относительно автономными, способны привносить в процесс политической коммуникации нестабильность и непредсказуемость. Сетевые сообщества стремятся активно и напрямую вовлекать молодежь в различные способы политического участия и контроля (подписание петиций, голосование, контакты с государственными лидерами и политиками, волонтерские практики, участие в протестных движениях), охватывать политически индифферентных молодых людей через настройки таргетинга и

механики курирования контента. Формируя новый общественный дискурс, сетевые медиа сокращают разрыв между реальной и публичной политикой, предоставляя возможность голоса тем, кто по тем или иным причинам, оказывается на периферии политического участия.

Политическая информация, которая сегодня транслируется через широкую коммуникационную платформу сети, охватывает различные типы продуктов: от профессиональных журналистских расследований и репортажей до тривиальных, не имеющих новостной ценности «вбросов», направленных на привлечение внимания и введение в заблуждение. На смену профессиональным редакторам приходят модераторы интернет-ресурсов, основной целью которых является борьба за пользователя и монетизация контента. В основе развития таких социальных сетей как Вконтакте, Facebook и Twitter, а также социальных медиа типа Youtube, зачастую лежат экономические стимулы и коммерческое давление рекламодателей.

Конкуренция за внимание пользователей усиливается, а верификация и факт-чекинг теряют свою ценность: все чаще инструментами политических акторов становятся заявления, содержащие частичную подлинность и не являющиеся истинными. Объективные факты нивелируются эмоциональными призывами и оценочными мнениями, качественная журналистская работа вытесняется «сенсационными», «хайповыми» новостями, а молодому поколению становится все труднее отделять важную, актуальную повестку от глобального информационного шума.

Институциональные и неинституциональные политические акторы активно формируют новое цифровое публичное пространство, создавая модель кибердемократии с возможностями контролировать власть, напрямую высказывать свое мнение посредством новых цифровых каналов коммуникации, а также влиять на социальные и политические процессы в государстве [2]. В эпоху пост-правды обман, дезинформация и необоснованные слухи становятся определяющей характеристикой формирования спроса, в том числе, и на политический контент [3].

Количество ложной и недостоверной информации в социальных сетях ежегодно увеличивается. Так, фальсифицированные новости распространяются при помощи ботов и автоматизированных программ. Хорошо изучен прием создания общественного мнения в цифровой среде –

астротурфинг, который заключается в распространении в интернете искусственной общественной поддержки в адрес какой-либо идеи, личности или организации [4].

Астротурфинг применяется в социальных сетях и на форумах, где генерируются фальшивые учетные записи, применяется техническая накрутка участников сообществ, комментариев, постов и лайков с целью оказания влияния на мнения и установки граждан. Использование подобных технологий отмечается во многих странах мира: во время президентской избирательной кампании в США в 2016 году, референдума в Великобритании по вопросу членства в Евросоюзе в 2016 г, в России же широкую огласку получила кампания по разоблачению «фабрики троллей» в пос. Ольгино под Санкт-Петербургом [5].

Широкое распространение приобретают фактоиды – несуществующие факты, опубликованные в социальных медиа и получившие положительные и отрицательные отклики, оценки и реакцию, а также фэйк-ньюз (от англ. fake news – поддельные новости) [6].

Конструируя параллельную действительность через занимательность и сенсационность, фактоиды и фейковые новости направлены на создание вирусного потенциала, способного запускать неконтролируемые и нарастающие информационные волны, делая постправду важнейшим оружием информационных войн. Растущий поток некачественного политического контента и ложной информации создает новые вызовы и угрозы государственной информационной безопасности.

Деструктивный характер политических ботов (манипулирование, общественным мнением, астротурфинг, дискредитация политических деятелей и др.) является угрозой для «прозрачной» гражданской коммуникации, что заставляет исследователей и программистов разрабатывать все более эффективные методики их выявления и идентификации, в том числе и с учетом специфики социальных сетей [7].

В условиях недостатка у молодежи навыков критического мышления и восприятия информации, социальные медиа становятся территорией реактивного распространения ложных и антисистемных новостей, что, в свою очередь, сводит на нет положительные стороны электронной демократии [8].

Таким образом, интернет благодаря блогам, чат-ботам, форумам, флешмобам и другому интерактивному и мультимедийному контенту переносит политическое действие в виртуальное пространство, где появляются значительные ресурсы для оперативного моделирования целевых политических сообществ (в том числе радикального характера) и реализации любых политических проектов. А растущая популярность мессенджеров и социальных сетей обуславливает постепенную смену вектора общественной коммуникации и формирование виртуального типа гражданско-политического участия, трансформацию политической культуры в сторону пассивного, опосредованного типа.

Кроме того, поисковые системы, социальные сети внедряют алгоритмы, которые ранжируют, приоритизируют и выдают контент с учетом индивидуальных паттернов, характеристик и запросов пользователей. Это порождает ситуацию фрагментации и поляризации онлайн-сообществ, ведет к нарастанию социального напряжения.

Таким образом, в условиях постинформационного общества, когда человек становится неспособным самостоятельно обрабатывать и анализировать поступающую информацию, а фильтры в социальных медиа создают ложную зону информационного комфорта и фейковых лидеров мнений, возрастает роль реальных экспертов и лидеров мнений.

Кроме того, в условиях растущей популярности гражданской журналистики и высокого уровня доверия молодой аудитории к информации в интернете традиционным медиа необходимо адаптировать новостные и информационно-развлекательные продукты к актуальным каналам и форматам. В общественном дискурсе выявляется потребность в получении качественного политического контента не только в новых, но и в традиционных медиа.

В связи с этим, в научном дискурсе актуализируется проблема деятельностной, воспитательной компоненты системы Российского образования, в основе которой должны лежать принципы системности, целостности, субъект-объектного взаимодействия, со-управления и вовлеченности [9].

Среди приоритетных направлений воспитательной работы школьников и студентов мы выделяем: формирование исследовательского и критического

мышления, развитие общегражданских ценностных ориентаций, правовой и политической культуры, гражданской активности и идентичности, а также профилактику всех форм неконвенционального и деструктивного поведения.

Результатом изменений должна стать разработка научно-исследовательской методологии, образовательной и воспитательной работы университетов, отвечающей запросам современной молодежи и направленной на формирование информационно-коммуникативных компетенций, развитие высокой культуры мышления, цифровой культуры, гражданственности и гуманизма.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Медиапотребление и активность в интернете // Официальный сайт ВЦИОМ. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete>) (дата обращения 11.11.2021).
2. Струков К.В. Контрольная деятельность Российского государства за информационными отношениями в сети Интернет //Журнал российского права. – 2016. – №. 7 (235). – С. 104-108.
3. Зиновьев И.В. "Постправда" в электронных СМИ: диагноз и лечение //Век информации. – 2018. – №. 2-1. – С. 316-318.
4. Mahbub S. et al. Controlling astroturfing on the internet: a survey on detection techniques and research challenges //International Journal of Web and Grid Services. – 2019. – Т. 15. – №. 2. – С. 139-158.
5. Калинин О.В. Инструменты воздействия на общественное мнение в цифровой публичной дипломатии России // Научный форум: юриспруденция, история, социология, политология и философия. – 2019. – С. 27-33.
6. Лисенкова А.А. Социальные медиа: аттрактор новостей и пространство манипуляций // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2017. – №. 3 (26). – С 21-27.
7. Василькова В.В., Легостаева Н.И. Социальные боты в политической коммуникации //Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. – 2019. – Т. 19. – №. 1. – С. 121-133.
8. Сафонова А.С., Обухова Ю.О., Танова А.Г. Трансформация политических установок и ценностных ориентаций студенческой молодежи Санкт-Петербурга //Коммуникология. 2019. – Т. 7. – №. 3. – С 94 -104.
9. Стрюковский В.И., Иванова Л.Л., Ярошенко Г.В. Проблемы воспитательной работы с современной молодежью в высших учебных заведениях //Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2018. – №. 3. – С. 143-147.

**СРАВНЕНИЕ ЭТИЧЕСКИХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ МЫСЛЕЙ
КОНФУЦИЯ И ПЛАТОНА**

**A COMPARISON OF ETHICAL AND POLITICAL THOUGHTS
CONFUSION AND PLATO**

Люй Цзяинь,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: LJYIN@yandex.ru

Lyu Jiayin,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. Данная статья представляет собой анализ различий этических и политических мыслей Конфуция и Платона. В статье рассматриваются основные содержания и способ осуществления управления страной с помощью нравственных норм Конфуция и Платона. Как основные представители политической философии одновременно, Конфуций и Платон имеют много общего в своих этических и политических мыслях, и оба они предложили способ управления страной на основе нравственных норм. Показывается, поскольку на их конкретные концепции влияет разный политический фон и их содержание неодинаково, существуют большие различия в положениях и демонстрациях национальных добродетелей и отношения к закону. Доказывается, что эти различия также заложили основу для совершенно разных тенденций в политической мысли Китая и Запада в будущем.

Abstract. This article is an analysis of the difference between the ethical and political thoughts of Confucius and Plato. The article examines the main content and method of managing the country with the help of the moral standards of Confucius and Plato. As the main representatives of political philosophy at the same time, Confucius and Plato have much in common in their ethical and political thoughts, and they both proposed a way to govern the country based on moral norms. It is shown that since their specific concepts are influenced by different political backgrounds and their content is not the same, there are large differences in the provisions and demonstrations of national virtues and attitudes towards the law. It is argued that these differences also laid the foundation for completely different trends in the political thought of China and the West in the future.

Ключевые слова: КОНФУЦИЙ, ПЛАТОН, ЭТИЧЕСКИЕ МЫСЛИ, ПОЛИТИЧЕСКИЕ МЫСЛИ, УПРАВЛЯТЬ СТРАНОЙ НА ОСНОВЕ ПРАВСТВЕННЫХ НОРМ

Keywords: CONFUCIUS, PLATO, ETHICAL THOUGHTS, POLITICAL THOUGHTS, RUNNING THE COUNTRY BASED ON MORAL STANDARDS

Китайская цивилизация является одной из самых древнейших в мире. Во второй половине тысячелетия до н.э. в Древнем Китае началось формирование основных политических учений [7, С.15]. Фундаментальная черта и основная идея конфуцианства – «жэнь» (гуманность). «Жэнь» упоминается сотни раз в книге «Лунь юй», собранной учениками Конфуция, в которой записаны слова и дела Конфуция и его учеников. Это показывает, что «жэнь» занимает центральное место в конфуцианской политической мысли. Конфуций интерпретирует «жэнь» как «любить народа» и считает, что «любить народа» является его основным смыслом. Что касается основного требования «любить народа», Конфуций указал, что «Не делай другим то, чего не желаешь себе». «Любить народа» должно сначала любить близких, а потом всех. Основной способ «любить народа» – это «чжун» (преданность) и «шу» (великодушие) [1]. Конфуций предложил путь преданности и великодушия, по сути, надеясь, что люди могут любить других через взаимное уважение и понимание и, таким образом, достичь «жэнь».

Что касается происхождения «ли» (этикета), широко признаны следующие два взгляда: Один из них точка зрения Го Моруо, который считает, что «ли» происходит от самых ранних норм этикета при принесении жертв предкам. После сортировки и обработки Чжоу Гун (выдающийся государственный деятель и мыслитель) он стал сводом законов и постановлений, включающих политическую систему, порядок социальной организации и образ жизни. Вторую точку зрения высказал Ян Сянкуй. Он считает, что «ли» возникло из самых ранних коммерческих обменов, и по обработке Чжоу Гуна коммерческий характер этого слова был ослаблен; далее после обработки Конфуцием «ли» стало полным этикетом и избавилось от своего коммерческого характера. После обработки Конфуцием «ли» стало полным этикетом и избавилось от своего коммерческого характера. Хотя эти две точки зрения выдвигают разные взгляды на происхождение «ли», они обе

признают, что «ли» наделено большей коннотацией и культурным значением.

Если «жэнь» рассматривается как духовный уровень, преследуемый управлением страной на основе нравственных норм, то «ли» эквивалентен стремлению на институциональном уровне. Что касается отношения между «жэнь» и «ли», Конфуций считает, что если люди могут сдерживать свои слова и поступки, не поступать так, как вздумается, и уметь думать о других повсюду, и заставлять их соответствовать требованиям «ли», это является высшим требованием «жэнь» [2]. В конфуцианской мысли «жэнь» является духовным ядром «ли» и морального принципа, который является субъективным и внутренним, а «ли» является проявлением принципов морали, которое является объективным и внешним. «Жэнь» и «ли» существуют одновременно. Чтобы достичь наивысшего состояния «жэнь», его необходимо регулировать с помощью «ли». Хотя говорится, что «весь мир принадлежит жэнь» [3], «жэнь» и «ли» неразделимы. Вместе они составляют важный механизм конфуцианских этических и политических мыслей.

Платон разделяет суть своих этических и политических мыслей на «добро» и «теорию идей» [5], разделяя мир на чувственный и идейный. Он считает, что в этом мире действительно существует только мир идейный, а чувственный мир, который мы можем почувствовать, является лишь грубым отражением мира идейный, и он все время исчезает, что является иллюзией. У каждого есть своя собственная идея, и среди всех идей абсолютно доминирующая является «добро». Это самое основное значение слова «теории идей». Из этой теории видно, что Платон считает, что все вещи, существующие в действительности, сформированы частью идеи.

В диалоге Платона «Государство» много объяснило значение слова «справедливость». Он считает, что «справедливость» – это то, что должно быть у каждого. «Каждый должен заниматься своими делами как личность, не вмешиваясь в дела других людей» [5], что означает, что люди должны делать свои дела, чтобы достичь «гармоничного» состояния. Конкретные проявления этой гармонии на национальном и индивидуальном уровнях различны, поэтому справедливость делится на «справедливость города-государства» и «справедливость граждан». Справедливость города-государства – это большая справедливость, а справедливость граждан – это маленькая справедливость, и между ними существуют взаимные отношения. Платон разделил государство

на три сословия: правители, стражи и граждане. С его точки зрения, государство является выражением идеи справедливости. По его мнению, справедливость в обществе – это гармония составляющих его сословий («заниматься каждому своим делом и не вмешиваться в чужие») [11]. Стандарт для разделения этих сословий – талант. С точки зрения Платона, талант человека должен соответствовать его сословию. Затем он выдвинул моральные требования в соответствии с характеристиками трех сословий: мудрость, отвага и воздержание.

Платон считает, что «доброта» – это высшее существование и высшая идея. «Справедливость» – ключевое понятие этики Платона. По его мнению, справедливость является одной из добродетелей, которая обозначает совершенство, максимальное соответствие каждой вещи своему предназначению [10]. «Знание о справедливости полезно только в том случае, если оно выводится из него». Следовательно, «Государство» с моральными требованиями трех сословий, управляемых справедливостью, является наиболее подходящим городом-государством для доброты. «Для человека доброта означает способность делать свою работу и быть компетентными для этой работы. Для других людей и для общества в целом доброта означает, что каждый может взять на себя ответственность, которую он имеет право выполнять». Следовательно, в известном смысле «самый добрый» и «самый праведный» равны. Также можно считать, что «самый праведный» входит в «самый добрый».

Конфуций унаследовал и развил мысль династии Чжоу «красотою души равняться небу и земле» [4], опираясь на правление правителя и его личные качества, он выдвинул более строгие требования к нравственному развитию правителей. Конфуций указал в «Лунь юй Конституционные вопросы», что благородный муж должен «самосовершенствовать себя и сохранять серьезное и уважительное отношение», «улучшать самосовершенствование и делать людей счастливыми». Самосовершенствование – это движущая сила развития личности, оно лежит в основе регулирования государственного управления [9, С. 562]. Конфуций считает, что, только выполнив эти пункты, его можно будет назвать благородным мужем. Но он также сказал: «Улучшая свое нравственное совершенствование, чтобы успокоить людей, даже святые с высокой моралью и высоким уровнем совершенствования, такие как Яо, Шунь и Юй

почувствуют, что у них желания в избытке, но сил не хватает». Видно, что в глазах Конфуция стандарты «совершенно-мудрых» очень высоки. В «Лунь юе» только некоторые люди, которые с высокими моральными качествами, такие как Яо, Шунь, Юй и другие, могут быть названы Конфуцием «совершенно-мудрыми». «Внутренний мудрец», упомянутый Конфуцием, означает, что правитель становится «совершенно-мудрыми», обладая высокой добродетелью. Содержание добродетели включает в себя «чжун» (преданность), «куань» (великодушие), «минь» (ловкость), «гон» (бескорыстие), «синь» (доверие), и «жэнь» (гуманность) [1].

Конфуций разделил «управление страной на основе нравственных норм» на четыре основных требования, среди которых первое основное требование – это «управление страной с помощью этикетов» и «исправление имен». Конфуций считал, на институциональном уровне чтобы управлять страной на основе нравственных норм, «ли» должно быть главным стремлением. В «Лунь юе» так написано: Зилу спросил: «Правитель ждет попросил учителя управлять государственными делами. С чего вы планируете начать в первую очередь?» Конфуций ответил: «Имя должно быть правильным» [1]. Второе основное требование «управления страной на основе нравственных норм» – привлекать таланты. Конфуций считает, что для управления страной необходимо «сначала назначать глав различных ведомств, прощать мелкие ошибки подчиненных и продвигать тех, кто обладает как способностями, так и политической честностью» [3]. «Управление страной на основе нравственных норм» должны воплощать люди, поэтому роль людей чрезвычайно подчеркнута. Конфуций считает, что правители должны выбирать мудрецов, обладающих моральными качествами и способностями. Только так они могут эффективно управлять страной. Третье основное требование – требовать выравнивания общественного благосостояния и проводить политику по обогащению людей. Неравномерное распределение богатства является важным фактором социальных волнений. Конфуций сказал, что «если в государстве много еды и много оружия, есть доверие народа к правителю» [8, С. 12]. Это отражает важность выравнивания общественного благосостояния и политики по обогащению людей. Последнее основное требование – просвещать народа. Конфуций не только просил правителя обладать добродетелью и способностями, но также требовал, чтобы люди

обладали добродетелью, потому что только так люди могут лучше выполнять требования «управления страной с помощью этикетов».

Платон рассматривал политику мудрецов в качестве своей основной точки зрения в «Государстве». Он считает, что только несколько философов могут по-настоящему понять и овладеть «истинным знанием» управления страной. Природные качества этих философов: любить правду и ненавидеть ложь; умеренность, а не жадность; открытость; храбрость; справедливость и добродетель, кротость и нежность; умный, легкий в обучении, эрудированный и запоминающийся; гармония в природе. Как упоминалось выше, Платон делит людей на три сословия в «Государстве»: правители, стражи и граждане. Люди всех сословий выполняют свои обязанности, но только правитель обладает мудростью. Следовательно, только истинный мудрец может увидеть суть через феномен, по-настоящему понять и уловить «истинное знание» управления страной и взять на себя ответственность и обязательства по управлению страной.

В «Государстве» Платон подчеркивает важность образования и считает, что первоочередная задача мудрецов – воспитывать граждан. «Нравственное воспитание – это основа управления страной, а добродетель - духовная опора закона. Без хорошей основы гражданских моральных качеств закону и политике трудно поддерживать и играть свою роль» [5]. Только с помощью нравственного воспитания можно установить хороший политический порядок. Платон считает, что роль закона невелика, и неуместно навязывать слишком много юридических положений «хорошим людям». Однако Платон изменил свое мышление в более поздний период своей жизни: он признал, что «управление страной с помощью законов» кажется более осуществимым, чем «управление страной на основе нравственных норм». Платон выдвинул концепцию «управление страной с помощью законов» в «Законе». Он сказал: «Если закон подчиняется какой-то власти... Распад страны не за горами. Но если закон - хозяин правительства, а правительство – раб закона, тогда ситуация полна надежд, и люди смогут пользоваться всеми благами, которые боги дали городу» [12]. Платон предъявлял требования как к правителю, так и к народу всей страны, с одной стороны, он требовал, чтобы правитель обладал мышлением и характером выше, чем у обычных людей, и обладал как талантами, так и добродетелью. С другой стороны, чтобы объединить всех

людей в неделимую группу и построить гармоничное общество, он просил просвещать народ страны. Конфуций тоже считал, что совершенствование общества должно начинаться с воспитания подданных [6, С. 197].

Подводя итог, можно увидеть, что Конфуций и Платон глубоко размышляли и активно обсуждали этические и политические мысли управления страной на основе нравственных норм. Их мышление является отражением и ответом на эпоху, в которой они живут. Сравнивая этические и политические мысли Конфуция и Платона, мы можем обнаружить, что эти две мысли сильно вдохновили развитие реального общества. Мысль Конфуция «любить народа» вдохновила лидеров современного общества на сочувствие, а также продемонстрировала уважение к людям, воплощая людей как цель, а не средство, и вдохновляя нас на построение гармоничного общества. Этическая и политическая мысль Платона основана на разуме, и он обращает внимание на вспомогательное влияние моральной силы на закон. В законе всегда содержатся моральные соображения, и в законе также оговаривается нравственное поведение. В современном обществе с быстрым развитием рыночной экономики особенно важно использовать правовые средства для поддержания справедливости.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. 孔子[Confucius]. 《论语》 [Lunyu ("Conversations and Judgments")]/中华书局 [Zhonghua Book Company] - 北京[Beijing]. 2006.[in Chinese]
2. 于丹[Yu Dan]. 《论语》感悟[Impressions of "Lunyu"]/ 中华书局[Zhonghua Book Company] -北京[Beijing]. -2008. 3 – 170P.[in Chinese]
3. 刘文静[Liu Wenjing]. 孔子的德治主义和柏拉图的伦理政治[Confucian rule of virtue and Plato's ethical governance]/孔子研究[Confucius Research] - 北京[Beijing]. 1994.[in Chinese].
4. 任剑涛[Ren Jiantao]. 中西政治思想中的伦理际遇[Ethical encounters in Chinese and Western political thought]/政治学研究[Political Science Research] - 北京[Beijing]. 2003.[in Chinese]
5. Платон. Карпов Василий Николаевич (переводчик). Государство. Издательство Бомбора. 2019. С. 608.
6. Бутов А.В. Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2017. №2(92). С. 195-198.
7. Грицанова А.Р. В сборнике: Образование и наука в современных реалиях.

Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции. Редколлегия: О.Н. Широков [и др.]. 2018. С. 15-16.

8. Богданов Е.Н., Зызыкин В.Г. Прикладная юридическая психология. 2014. №2. С. 7-15.

9. Чеснокова Е.А., Пономарева В.В. Аллея науки. 2017. Т. 1. №14. С. 552-564.

10. Сергей Сергеев Виш. Платон о справедливости и несправедливости. 2015. [Электронный ресурс]- URL: <https://proza.ru/2015/12/14/215> (дата обращения 1.11.2021).

11. Сергей Нечаев. Издательство АСТ. Платон- Теория государства. 2018. [Электронный ресурс] URL: <https://kartaslov.ru/content> (дата обращения 2.11.2021).

12. Платон. Ананьин С., Шейнман-Топштейн С. Я., Егунов А. Н. (переводчик). Законы. Издательство АСТ. 2020. С. 704.

**ФЕНОМЕН ВИРТУАЛЬНЫХ ГОСУДАРСТВ В
ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**

**THE PHENOMENON OF VIRTUAL STATES IN THE
INFORMATION SOCIETY**

Е.В. Никандрова,

Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: st101661@student.spbu.ru

E.V. Nikandrova,

Saint-Petersburg State University
(Saint Petersburg, Russia)

А.С. Матвеевская,

Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)

E-mail: a.matveevskaya@spbu.ru

A.S. Matveevskaya,

Saint-Petersburg State University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. В статье рассматривается такой феномен современного информационного общества как виртуальные государства. Для понимания этого явления в статье рассматриваются примеры виртуальных государств, даётся их характеристика и проводится анализ каждого из государств. При этом демонстрируются различные способы влияния составляющих данного явления на развитие современного общества. Показывается открытость этого феномена для новых идей и поощрение любого желающего узнать больше о виртуальных государствах. Описывается понятие виртуального государства и его различные трактовки, а также развитие таких государств и постепенные процесс признания их другими государствами на международной арене. Показывается, что виртуальные государства могут оказывать серьёзное влияние на множество сфер общества и самих людей, желающих следовать единой идее такого типа государств.

Abstract. The paper considers the phenomenon of virtual states in a modern information society. In order to comprehend such phenomenon, the authors show some examples of virtual states, give certain characteristics and analyze every given state. In addition, there are shown different ways of influence on the development of modern society. It is demonstrated that such a phenomenon is totally ready for new ideas and ready to meet any engaged person. Firstly, the paper considers the meaning of the term «virtual state» and other meanings, secondly it includes the development of such states, finally the paper shows a gradual recognition process among other states in the international arena. In addition, virtual states can have a serious influence on many areas of society and even on people who want to follow the ideas of such states.

Ключевые слова: ВИРТУАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВО, КИБЕРГОСУДАРСТВО, ИНТЕРНЕТ, ГОСУДАРСТВЕННАЯ МОДЕЛЬ, ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО

Keywords: VIRTUAL STATE, CYBER STATE, INTERNET, STATE MODEL, INFORMATION SOCIETY

В большинстве случаев термин «виртуальное государство» воспринимается обществом как государство, имеющее территорию, но находящееся на площади другого государства. Подобное государство не имеет собственного суверенитета. Такие государства не признаются другими странами и не имеют никакого влияния на международной арене. Все виртуальные государства можно разделить на три типа: основанные в глобальной сети Интернет, существующие только в сознании своих создателей или базирующиеся в космосе. Такие государства не имеют физической оболочки на Земле, но у них чаще всего есть собственная символика, аппарат государственного управления и даже собственное население.

В XXI веке активно развиваются глобальная сеть Интернет, социальные сети и другие средства информационно-коммуникационных технологий [1]. Люди хотят иметь возможность создавать обширные объединения сообщников по принципам схожих идей или увлечений [2]. Такую возможность предоставляют виртуальные государства. Обладая гражданством одного суверенного и реально существующего государства, у людей появляется возможность иметь принадлежность к стране абсолютно другого типа, попробовать ощутить свою принадлежность к чему-то новому.

Виртуальное государство – это общее наименование для любых образований, которые заявляют о своей государственности, но не являются государствами, а лишь имитируют их черты. Подобные государства могут носить такие названия как: кибергосударства, фэнтезийные государства или виртуальные нации. Некоторые из виртуальных государств являются шуточными и не претендуют на территории или суверенитет вообще. Виртуальное государство на сегодняшний день – удобный способ заявить о себе и своих амбициях [3]. Основатели виртуальных государств стараются заложить в создание таких государств смысл или идеологию, на основании которых они смогут найти своих последователей, людей, которые захотят стать гражданами этих государств.

Система управления виртуальным государством имеет иерархическую структуру. Во главе кибергосударства обычно находится его основатель, а для помощи ему в управлении создаются правительство и суд. Виртуальные государства стремятся имитировать, воспроизводить традиционные государственные атрибуты. Они имеют собственный герб, флаг и гимн, печатают собственные деньги, чеканят монеты, печатают марки и выдают паспорта. Остановимся подробнее на конкретных примерах: Виртландия, Фриленд, Нутопия и Асгардия.

Виртландия была основана в 2008 году как общественная инициатива. На сегодняшний день страна управляется канцлером и имеет цель стать парламентской демократией [4]. В некоторой мере своей известностью Виртландия обязана американскому телеканалу Fox News Channel и болгарскому национальному телевидению bTV, которые стали первыми, кто осветил Виртландию в качестве виртуального государства. Гражданство Виртландии абсолютно доступно и бесплатно для людей, достигших 18 лет. Официальным языком Виртландии является любой язык, подлежащий онлайн-переводу. Так же, это государство имеет социальную сеть для своих граждан «Witizens of Wirtland» [5]. Стоит отметить, что оно имеет собственный новостной портал «The Times of The Wirtland», где публикуются актуальные новости. Виртландия выпускает персональные удостоверения личности – идентификационные пластиковые карточки для своих граждан. Имеет собственный герб, на котором запечатлена фраза «Virtus, non copia vincit», что в переводе обозначает «Побеждает мужество, а не множество».

Стоит отметить, что тысячным гражданином Виртландии стала россиянка, проживающая в Москве. Так же, Виртландия стала первой виртуальной страной, которая в знак поддержки деятельности WikiLeaks предоставила «гражданство» Джулиану Ассанжу.

Фриленд был основан для того, чтобы создать государство с новым обществом и современными механизмами управления. Основатели государства основываются на том, что, по их мнению, все существующие государственные модели отстают от уровня развития современного общества. Поэтому, формирование новых социальных механизмов – это неизбежный этап в процессе развития общества. Основная цель виртуального государства – это создание новой экстратерриториальной государственной модели под названием Фриленд. Основателями этого кибергосударства являются одни из создателей культового анимационного сериала «Mr.Freeman» [6].

Впервые проект Фриленд был публично упомянут именно на официальном YouTube-канале Mr. Freeman в 2012 году. Сами основатели определяют это государство как демократическое с парламентской республикой. Финансовая система Фриленда построена на обращении криптовалюты MFCoin, которая является основным платежным средством государства, однако, на территории государства допускается и поддерживается обращение любых валют и платежных средств. Решения в виртуальном государстве Фриленд принимаются всеми его гражданами. Для принятия решения используется метод “квалифицированного большинства”, то есть 2/3 голосов. Можно сказать, что Фриленд – это одновременно и игра, и реальность, и бизнес. Игра заключается в том, что результат этого эксперимента никому не известен. Именно сегодня технологии блокчейн, доступный интернет и криптовалюты позволяют сделать невозможное – создать экстратерриториальное государство со всеми элементами полноценного эффективного общества [7]. Особенностью государства является уникальный паспорт гражданина Фриленда. Документ выступает добровольным способом самоидентификации человека в информационном пространстве. Персональные данные владельца паспорта Фриленда находятся в публичном доступе в сети Интернет и рассматриваются в качестве его собственности. Получить паспорт Фриленда возможно при осуществлении финансового вклада в развитие проекта размером в 17 000 долларов. В

будущем паспорт Фриленда сможет стать документом, необходимым при заключении сделок с использованием смарт-контрактов или любых иных сделок, оформленных в блокчейне и требующих материального подтверждения подлинности личности участников [8].

Нутопия – воображаемая страна, которую создали Джон Леннон и Йоко Оно под вдохновением от песен альбома “Imagine”. Страна существует только в сознании её создателей и людей, считающих себя гражданами этого государства. Она имеет собственный флаг, в котором присутствует только один цвет – белый. Изначально многие критиковали выбор именно такого цвета флага создателями государства, так как он был весьма схож с символом капитуляции. Постепенно критика утихла, потому что создатели Нутопии смогли отстоять свой выбор основываясь на том, что без капитуляции невозможно добиться мира. К Организации Объединенных наций выдвигались требования признать Нутопию полноценным государством, но ООН это так и не осуществила. Интересным фактом является то, что у входа в дом Джона Леннона и Йоко Оно, находящемся в штате Дакота, имеется мемориальная доска с выгравированной надписью «NUTOPIAN EMBASSY», что значит «Посольство Нутопии». Настолько сильна была любовь создателей к своему воображаемому государству [9].

Асгардия – это виртуальное государство можно отнести к типу государств, имеющих физическую оболочку, но находящихся вне границ планеты Земля. Впервые о создании космического государства было объявлено в 2016 году [10]. Сейчас у этой страны уже есть избранный лидер. Подать заявку на гражданство может каждый, воспользовавшись официальным сайтом. Проект был инициирован российским учёным и бизнесменом Игорем Ашурбейли, являющимся основателем Аэрокосмического международного исследовательского центра [11]. У Территория Асгардии располагается в космосе. Речь идёт о спутнике Asgardia-1 с гигабайтами данных более чем одного миллиона асгардийцев, выведенный на орбиту американской ракетой-носителем Antares в ноябре 2017 года. Свободное от существующих стран государство имеет свои министерства, правительство, парламентские комитеты. У Асгардии есть все необходимое для полноценного функционирующего государства: конституция, флаг, гимн и избранные представители, к тому же страна работает над использованием

новой криптовалютой SOLAR для формирования своей экономики. Ашурбейли заявляет, что в их планах сделать страну самостоятельной и независимой от планеты Земля. Стоит добавить, что он лоббирует доступ к космосу как право каждого человека, отрицая, что это привилегия, которую могут ограничить земные правительства.

Осенью 2022 года в Асгардии должны пройти выборы Главы нации и общенациональный референдум по внесению изменений в Первую Конституцию Асгардии [12]. В рамках подготовки к референдуму, начался сбор предложений от резидентов Космического Государства. Сам Ашурбейли активно призывает резидентов Асгардии выставлять свои кандидатуры на должность Главы нации. Стоит дополнить, что у кибергосударства есть собственный сайт, где публикуется актуальная информация и новости Асгардии, ещё государство имеет собственную страницу в социальной сети Instagram. Основной целью Асгардии является обеспечение выживания человечества вне Земли и создание условий для рождения первого ребенка в космосе. Согласно планам Асгардии, в конце концов в космосе должны появиться колонии землян. В первую очередь для асгардийцев их государство отражает прекрасную мечту всего человечества – государство, где нет войн и бед. Асгардия целиком и полностью старается действовать в интересах своих граждан, защищая собственные национальные интересы и постепенно реализуя научно-техническую программу.

В условиях развития информационного общества [13] феномен виртуального государства приобрел новое значение. Создание государств данных типов является крайне экспериментальным. Создатели подобных государств стремятся к созданию идеальной модели государства, что, к сожалению, на данном этапе развития человечества невозможно [14]. Фактически, многие виртуальные государства функционируют как правительства в изгнании и очень схожи с ними, их мнения не учитываются, их голос неважен. Такие государства ещё долгое время не будут признаваться обществом и будут проходить постепенный процесс одобрения широкими массами людей.

Стоит отметить, что динамика, прослеживаемая в наши дни, плавно подводит к тому, что такие государства могут быть признанными на международной арене и даже иметь собственный голос. Такие государства

активно увеличивают количество граждан, продвигают свои идеи в социальных сетях и выдвигают порой абсолютно революционные идеи для развития современного общества. Люди, имеющие принадлежность к таким государствам, в какой-то мере стараются оставить свой след как в социальных сетях, так и сделать вклад в развитие информационного общества [15], ведь именно оно отличается своей открытостью к новым идеям и готовностью к исследованию новых явлений. Именно такие типы государств создают что-то абсолютное новое для общества, способное обрести своих последователей, дать жизнь проектам, которые возможно воплотить в жизнь и именно с помощью их изменить общество к лучшему.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Танова А.Г., Евсева Л.И. Информационные технологии в политике. Технологии PR и рекламы в современном обществе. Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Под ред. И.Р. Тростинской. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 178-184.
2. Бодунова О.Г., Малышева А.А. Конституционно-правовой статус человека в виртуальном государстве // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. 2018. № 2 (66). С. 40-46.
3. Фёдоров О.С. Характеристика проектов создания новых виртуальных государств // Локус: люди, общество, культуры, смыслы. 2017. № 3. С. 129-135.
4. Официальный сайт виртуального государства Виртландия [Электронный ресурс]. URL: <http://www.wirtland.com/> (дата обращения: 27.10.2021).
5. The Times of Wirtland. [Электронный ресурс]. URL: <http://times.wirtland.com/> (дата обращения: 25.10.2021).
6. Что такое виртуальное государство Фриленд? [Электронный ресурс]. URL: <https://medium.com/plasmapay/> (дата посещения: 17.10.2021).
7. Виртуальное государство Freeland. [Электронный ресурс]. URL: <https://mfcoin.net/wp-content/uploads/white-paper/white-paper-rus.pdf> (дата посещения: 25.10.2021).
8. Паспорт Freeland – как получить гражданство Freeland. [Электронный ресурс]. URL: <https://international.expert/137-pasport-freeland-kak-poluchit-grazhdanstvo-frilenda.html> (дата посещения: 28.10.2021).
9. Федюнина Анна Посольство Нутопии Джона Ленона ищет нового владельца. [Электронный ресурс]. URL: https://www.beicon.ru/lifestyle/Posolstvo_Nutopii_Djona_Lennona_ishet_novogo_vladeltsa (дата посещения: 23.10.2021).

10. Федорова В.В. Космос для обычных людей // Воздушно-космическая сфера. 2017. № 4 (93). С. 12-16
11. Быстрицкая Ю.Г., Недоля И.Н. Асгардия: одно человечество – одна общность. 8 инаугурационная речь главы первого космического государства Асгардия // Воздушно-космическая сфера. 2018. № 3 (96). С. 8-17
12. Игорь Ашурбейли: часть национального дохода Асгардии будет подлежать распределению между нашими гражданами // Воздушно-космическая сфера. 2020. № 2 (103). С. 6-1.
13. Шипунова О.Д., Евсеева Л.И. Тренды политического участия в сетевом обществе // Четвертая промышленная революция: реалии и современные вызовы. X юбилейные Санкт-Петербургские социологические чтения. Сборник материалов Международной научной конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та. 2018. С. 488-491.
14. Виртуальные империи: знай свое место! // Вокруг света. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vokrugsveta.ru/article/300957/> (дата посещения: 15.10.2021)
15. Евсеева Л.И., Матвеевская А.С., Тараканова Т.С. Политическая коммуникация в условиях цифровизации Коммуникативные стратегии информационного общества Труды XI Международной научно–теоретической конференции. СПб.: ПОЛИТЕХ–ПРЕСС, 2019. С. 195–197.

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОР
ДИНАМИКИ ПОЛИТИЧЕСКИХ РЕЖИМОВ**

**DIGITALIZATION OF COMMUNICATION AS A FACTOR OF THE
POLITICAL REGIMES DYNAMICS**

Г.Л. Тульчинский,

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики» (Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: gtul@mail.ru

G.L. Tulchinskii,

National Research University “Higher School of Economics”
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. Цифровизация определяет облик современной цивилизации практически во всех ее проявлениях. Цифровые форматы социальной коммуникации играют при этом особую роль, так как они детерминируют формирование и действие социальных институтов. Новые возможности контроля и регулирования дают исключительные возможности реализации государственного управления. Можно говорить о политической онтологии цифровизации. Сравнение управленческих цифровых практик позволяет говорить о различных типах современных политических режимов и динамики их развития. Реальный опыт цифровизации показывает не только возможности повышения эффективности государственного управления, роста сопричастности граждан социально-политической жизни, но и возможности контроля, манипулирования, сбоев, ошибок, ведущих к серьезным последствиям и вызовам. Неоднозначный опыт цифровизации выводит на первый план проблему ответственности. Это делает необходимыми разработку и институционализацию социально-культурного и политического инжиниринга, а также комплексную гуманитарную экспертизу целей, разработок, внедрения, реализации и последствий цифровых технологий управления.

Abstract. Digitalization defines the face of modern civilization in almost all of its manifestations. Digital social communication formats play a special role in this, since they determine the formation and operation of social institutions. New control opportunities provide exceptional potential for the implementation in the public administration practices. We can talk about the political ontology of digitalization. Comparison of management digital practices allows

us to talk about different types of modern political regimes and the dynamics of their development. The real digitalization experience shows not only the possibilities of increasing the public administration efficiency, increasing the involvement of citizens in socio-political life, but also the possibilities of control, manipulation, failures, mistakes, leading to serious consequences and challenges. The digitalization practices bring the issue of responsibility to the fore. This makes it necessary to develop and institutionalize socio-cultural and political engineering, as well as a comprehensive humanitarian expertise of the goals, developments, implementation, realization and consequences of digital public administration technologies.

Ключевые слова: КОНТРОЛЬ, ПОЛИТИЧЕСКИЕ РЕЖИМЫ, СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, УПРАВЛЕНИЕ, ЦИФРОВИЗАЦИЯ

Keywords: CONTROL, POLITICAL REGIMES, SOCIAL COMMUNICATION, SOCIAL MEDIA, GOVERNANCE, DIGITALIZATION

Цифровизация (digitalization), как разработка и использование технологий, основанных на идеях дискретности, алгоритмичности, вычислимости, программируемости, определяет облик современной цивилизации. Компьютерные технологии, информационно-коммуникативные технологии радикально меняют современный образ жизни, весь жизненный уклад: экономику, занятость, коммуникации, образование, практики общения, чтения, письма, личную жизнь. Их интеграция с биотехнологиями, медициной, нейропсихологией бросает серьезные вызовы правовым, нравственным институтам современного общества. Коммуникации в цифровом формате определяют динамику смысловой картины мира, социализацию личности, ее позиционирование в обществе, меняют системы правового регулирования, социального контроля.

Складывается довольно парадоксальная ситуация. Современное «сетевое информационное постиндустриальное общество массового потребления», с его обилием и доступностью информации, высоким уровнем комфорта, является буквальной реализацией великого проекта гуманизма Просвещения с его лозунгами «Все во имя человека!», «Все на благо человека!», «Человек есть мера всех вещей!». Это общество в состоянии не только удовлетворить любую артикулированную потребность, но и стимулировать любую потребность. И вместе с тем, нарастают разделенность и манипулирование, недоверие и нетерпимость, напряжение и конфликтность,

связанные с ними тревожность, опасения и страхи. Возникновение новой – сетевой – ренты [1] вызывает изменение структуры собственности, вымывание среднего класса, новые неравенства. Новые форматы коммуникации сказываются на когнитивных процессах, вызывая вопрос о новой антропологии.

Все эти вопросы с неизбежностью ставят задачу осмысления соотношения цифровизации и политики, о политическом содержании цифровизации. Так, на X ежегодной международной конференции «Октябрьские чтения – 2021. Перенос, распространение и перевод политических курсов: преодолевая противоречия рационалистических и конструктивистских подходов» (НИУ «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, 21-23.10.2021) были выявлены основные направления такого осмысления:

- Цифровизация как цель и средство политических курсов и преобразований;
- Рецепция цифровых технологий управления в различных политических культурах;
- Цифровые технологии, открытость, доступ и участие граждан в политической жизни;
- Региональные особенности развития механизмов электронного участия;
- Особенности и проблемы развития цифровых форматов в различных сферах государственного управления;
- Цифровизация и суверенизация;
- Государственный суверенитет и международные проблемы борьбы с киберпреступностью;
- Секьюритизация в цифровых форматах;
- Цифровой формат госуправления и федерализм, возможность региональных курсов;
- Цифровизация как вызов традиционной политической теории трансформации режимов.

По итогам предварительного обсуждения этого широкого круга вопросов участники дискуссии пришли к выводу о «политической онтологии цифровизации» (термин, предложенный Л.В. Сморгунным). Цифровизация –

по самой своей природе в применении к социуму – суть инструмент не просто влияния на общественные процессы, а именно управления этими процессами, их регулирования. Так, «цифровая экономика» выступает не столько как некая новая производящая сила, сколько как эвфемизм регулирования экономики от конкретного производства до регионального, государственного и международного масштабов. Применение цифровых технологий в политической жизни – от публичной политики и проведения выборов до госрегулирования на различных уровнях практически всех сфер жизни общества - фактический перенос как *policy*, так и *politics* в цифровой формат [2]. В этом плане, цифровизация выступает как внешним, так и внутренним фактором динамики политических курсов и режимов, а сами цифровые технологии управления – своеобразным искушением власти властью.

В этой связи особую роль играет социальная коммуникация, прежде всего – публичная. Коммуникация играет ключевую роль в социальных процессах – как известно, ее форматы, регулярность, интенсивность определяют институционализацию идей. А социальная коммуникация в цифровом формате (Интернет, социальные сети, мобильная связь), в силу изменения масштаба доступа и включенности, смещает акцента с трансляции социальных значений на личностные смыслы, прямую, непосредственную презентацию и трансляцию оценочных эмоций и переживаний. Следствием этого смещения и выступает ситуация так называемой «пост-правды», «фейков» и т.п. [3; 4].

Социальные сети и прочие форматы вывели на первый план, если не институционализировали цивилизационные издержки нарративной коммуникации, которая обеспечивала конкурентные преимущества *Homo sapiens* [5]. Если ранее нарративная коммуникация способствовала консолидации, формированию мифов, религий, идеологий, других форм цивилизационного развития (включая экономику, политику, мораль, право, науку, искусство), то теперь она способствует дивергенции, образованию «смысловых коконов». В политическом плане это выступает основой формирования множества центров влияния, питающих популизм. Проблема истины, фактчекинга информации в этой ситуации сводится к проблеме интерпретации (кто кого переинтерпретирует).

Сложилась ситуация дисбаланса прав (в т.ч. – на высказывание мнения) и ответственности, что вызывает запрос на ответственность. Этот запрос проявляется не только в контроле за публичными коммуникациями, исключительные возможности которого предоставляют цифровые технологии, но и в запросе на паррессию, как ответственное публичное слово, за сам факт взятия такого слова – не только известными лицами [6]. Это с очевидностью показала динамика публичного дискурса за время коронавирусной пандемии [7; 8].

Опыт внедрения цифровизации в госуправление позволяет говорить о типологиях политических режимов: технократических, рыночных, культуральных. Большинство таких типологий удивительно совпадает с режимами, описанными в классических антиутопиях. По остроумному замечанию С. Неретиной, КНР энергично при поддержке населения реализует «Мы» Е. Замятина, Запад идет по пути «О дивный новый мир» О. Хаксли, Россия - «Тысяча девятьсот восемьдесят четвертый» Д. Оруэлла. При этом не следует забывать о цифровой утопии ранних рассказов А. Платонова и великой притче о Великом Инквизиторе Ф.М. Достоевского.

Опыт цифровизации госуправления показывает возможности расширения услуг, обеспечивающих лучший доступ, открытость и сопричастность. Однако, чем более сложна и взаимоувязана система управления, тем она уязвимее и тем больший масштаб возможных последствий, сбоев. Показательны случаи, когда медцентром в городе Гранд-Рapidс (штат Айова) всем выписавшимся пациентам были разосланы свидетельства о смерти; когда ошибка в программном коде Therac-25 (радиотерапии) в течение двух лет приводила к передозировке облучения, от чего умерли десятки людей. Показательны веерные блэкауты в Нью-Йорке, Нью-Джерси, Онтарио, Мичигане и др. из-за сбоев в программах. Все больше настораживает тренд к контролю, в том числе этическому, через сети: «новая этика, практики буллинга, «отмен».

Яркие примеры дает и отечественная цифровизация государственных услуг и государственного регулирования. Пакет законов и контроле над электронными ресурсами, проект постановления Правительства, разработанный Министерством цифрового развития, согласно которому в РФ могут отключаться или ограничиваться любые сети связи и средства связи для

всех, кроме приоритетных пользователей, к которым относятся Минобороны, МВД, МЧС, ФСБ, ФСО, Служба внешней разведки, Минюст, Росгвардия. Речь идет о чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера, преодолении их, а также обеспечения деятельности в области государственного управления, обороноспособности и безопасности государства, обеспечения правопорядка, защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций [9].

Нынешний акцент цифровизации на контроле и секьюритизации не случаен. Он реализует установку на безопасность – как первую базовую ценность социогенеза и любой политической культуры [10]. Но как только образуется социум, возникает запрос на реализацию второй базовой ценности – справедливости. Поэтому представляется, мы переживаем первую стадию политического освоения цифровизации. Думается, нас ждет переход к интегрированной технологии социально-культурного и политического инжиниринга – расширения технологического инжиниринга с учетом его социально-культурного, политического и антропологического контекстов [11]. Такой инжиниринг предполагает необходимость комплексной междисциплинарной гуманитарной экспертизы, социального аудита, анализ, оценку и учет социально-культурных, политических целей, реализации и последствий цифровизации.

В самой политической сфере сформировались междисциплинарные комплексы знаний и практик, дающих возможности формирования и конструирования образа жизни, институтов (soft power): культурные индустрии, социально-культурный и политический маркетинг, стратегические коммуникации, урбанистический дизайн, символическая политика, конструирование исторической памяти, культурной и гражданской идентичности [12]. И цифровизация дает им новые импульсы и возможности.

Все упомянутые процессы и практики предполагают определенное качество и уровень человеческого и социального капитала элит и граждан, без которого они не могут полноценно разрабатываться, использоваться и сопровождаться. Что обеспечивается здравоохранением, семейным воспитанием, системой непрерывного образования – их содержанием и формами, которые также получают новые цифровые форматы.

Таким образом, цифровизация не только создает новые условия policy и politics, но и сама зависит от политического и социально-культурного контекстов разработок и использования технологий. Другими словами, цифровизация, создавая проблемы, способна выступить платформой решения этих проблем. А интеграция, осмысление и экспертиза проблем и возможностей цифровизации в рамках социально-культурного и политического инжиниринга способна создать качественно новую цивилизационную ситуацию.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Болтански Л., Кьяпелло Э. Новый дух капитализма. М.: НЛЮ, 2011. - 976 с.
2. Woolley S.C., Howard P.N. Automation, algorithms, and politics/political communication, computational propaganda, and autonomous agent – introduction. // International Journal of Communication. 2016; 10. P. 4882-4890.
3. Золян С.Т., Пробст Н.А., Сладкевич Ж.Р., Тульчинский Г.Л. Фейки: коммуникация, смыслы, ответственность. Коллективная монография / под ред. Г. Л. Тульчинского. – СПб.: Алетейя, 2021. – 288 с. ISBN 978-5-00165-301-1.
4. «Политика постправды» и популизм / под ред. О.В. Поповой. СПб.: Скифия-принт, 2018. – 216 с.
5. Харари Ю.Н. Sapiens. Краткая история человечества. М.: Синдбад, 2020. – 512 с.
6. Karadut I.C. Truth-Telling in the Era of Post-Truth: Two Cases of Parrhesia for Democracy. The Internet, Policy & Politics Conference 2018. Oxford Internet Institute (OII) / University of Oxford. 2020. URL: <http://blogs.oii.ox.ac.uk/policy/wp-content/uploads/sites/77/2018/08/IP2018-Karadut.pdf> (дата обращения 21.10.2021).
7. Agamben G. Normalising the State of Exception Under the Covid-19 Epidemic. 2020. URL: <https://non.copyriot.com/giorgio-agamben-normalising-the-state-of-exception-under-the-covid-19-epidemic/> (дата обращения 18.11.2021).
8. Tulchinskii G.L. The dynamics of public discourse during the coronavirus pandemic: a request for responsibility, Russian Journal of Communication. 2020 URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19409419.2020.1838875> (дата обращения 12.11.2021).
9. Гордеев В., Серова А. Минцифры предложило отключать связь во время чрезвычайных ситуаций. 2021. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/14/09/2021/61408f739a79473e911b04fa?from=from_main_4 (дата обращения 29.11.2021).
10. Шмитт К. Государство. Право и политика. М.: Территория будущего, 2013. – 448 с.

11. Hadnagy Ch. Social Engineering: the art of human hacking. N.Y.: John Wiley & Sons, 2011. – 416 p.
12. Nye J. Soft power: the means to success in world politics. NY: Public Affairs, 2009. – 208 p.

**ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ В
ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ**

**DIGITAL FEEDBACK PLATFORMS IN POLITICAL
COMMUNICATIONS**

Л.И. Евсева,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: l.evseeva@mail.ru

L.I. Evseeva,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint-Petersburg, Russia)

О.Д. Шипунова,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт Петербург, Россия)

e-mail: o_shipunova@mail.ru

O.D. Shipunova,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. В статье рассматриваются концептуальные основы трансформации политических процессов в условиях цифровизации. Авторы подчеркивают неоднозначность влияния электронных коммуникаций на динамику и качество политических взаимодействий, отмечают возрастание открытости политических взаимодействий. Каналы обратной связи предоставили возможность расширения «площадок» диалога государственных структур и граждан, а также возможность оценки качества их деятельности. Авторы описывают инструменты обратной связи в цепочке «общество-государство», отмечают расширение формата оказания государственных услуг, появления государственных коммуникационных платформ как элемента цифровизации обратной связи. Делается вывод о том, что применение цифровых технологий с использованием мобильного интернета в политической сфере помогает выйти на новый уровень взаимодействия граждан с институтами государственной власти, создавая пространство для развития диалога.

Abstract. The article discusses the conceptual foundations of the transformation of political processes in the context of digitalization. The authors emphasize the ambiguity of the influence of electronic communications on the dynamics and quality of political interactions, note an increase in the openness of political interactions. Feedback channels provided an opportunity to expand the "platforms" for dialogue between government agencies and citizens, as well as an opportunity to assess the quality of their activities. The authors describe the feedback tools in the "society-state" chain, note the expansion of the format for the provision of public services, the emergence of state communication platforms as an element of digitalization of feedback. It is concluded that the society, the use of digital technologies using mobile Internet in the political sphere, helps to reach a new level of interaction of citizens with the institutions of state power, creating a space for the development of dialogue.

Ключевые слова: ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ, ЦИФРОВИЗАЦИЯ, ПЛАТФОРМА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПЛАТФОРМЫ, ФОРМАТ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ, ЭЛЕКТРОННЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ДИАЛОГ

Keywords: POLITICAL COMMUNICATIONS, DIGITALIZATION, FEEDBACK PLATFORM, PUBLIC COMMUNICATION PLATFORMS, PUBLIC SERVICES FORMAT, ELECTRONIC COMMUNICATIONS, DIALOGUE

Всеобъемлющая трансформация социальных структур, цифровизация и использование инструментов и механизмов искусственного интеллекта, расширение диапазона применения медийных сетевых технологий делают необходимым использование мониторинга для оценки и прогнозирования направленности изменений в политической сфере. Влияние новых форм цифровых мобильных технологий и инструментов, инновационных методов и способов сетевой коммуникаций послужило поводом для научных дискуссий о трансформации политических процессов и оценки масштабности диапазона влияния цифровизации на эффективность политических взаимодействий. Структурно-функциональный и системный анализ инструментов и механизмов обеспечения эффективности повседневности функционирования политической жизни в современных глобальных системах и интегративных средах становится актуальным направлением изучения трансформаций общества.

Реальность жизнедеятельности социума говорит о том, что взаимоотношения субъектов социально-политических процессов и

политических коммуникаций относится к проблемам, получившим сегодня неоднозначное теоретическое осмысление и прикладное значение. Применение новых информационно-коммуникативных технологий, технических возможностей и искусственного интеллекта в осуществлении субъектами социально-политического процесса открывают новые горизонты для реализации двусторонней политической коммуникации между государством и гражданским обществом и увеличивают диапазон возможностей прогрессивных групп [1; 2; 3]. Увеличиваются технологические возможности реализации «обратной связи» в политической сфере, появляются коммуникационные платформы для диалога, партнерских отношений и осуществления гражданского контроля. Диапазоны социальных изменений увеличили потребность человека в поиске инструментов и механизмов управления коммуникационными процессами. Следует отметить, что сегодня именно информация пронизывает все сферы и структуры общества. В данном контексте, по мнению З. Баумана, общество в результате информационного воздействия предстает как фабрика смыслов. Ценностные ориентации личности очень важны для повседневной практики жизнедеятельности.

Пандемия COVID-19, масштабно, охватившая весь мир, повлияла на интенсивное использование интернет-технологий всеми участниками в цепочке взаимоотношений «государство – общество – гражданин». Расширился сам формат оказания государственных услуг. В этих условиях государство одновременно показало готовность обеспечить реализацию прав граждан на свободный поиск, получение, передачу, производство и распространение информации. Одним из таких инструментов является «Портал государственных и муниципальных услуг Российской Федерации» (портал Госуслуг). В ускоренном режиме были расширены форматы государственных услуг, например, в 2020 году была обеспечена возможность дистанционной подачи документов в 50 вузов страны, разработан цифровой сервис для «Электронного голосования», сервис ежемесячной денежной выплаты на детей от 3 до 7 лет, а также детям до 16 лет. До конца 2020 года будут выведены сервисы регистрации человека по месту пребывания, выдача загранпаспорта, выдача российского паспорта, справка о судимости, регистрация автотранспорта, возможность регистрации и расторжения брака.

Следует отметить, что при расширении формата государственных услуг 2020, в разработке и тестировании принимали участие активные заинтересованные граждане. Это пример расширения краудсорсинговых площадок, где инициатором выступило правительство. Были сформированы фокус-группы по отраслевым направлениям, в которых проходили дискуссии по каждому новому электронному сервису, где учитывались мнения не только разработчиков, но, и мнения и пожелания пользователей о предстоящем продукте и их рекомендации [4]. Граждане вынуждены были осваивать новые сервисы, пользоваться новыми приложениями и гаджетами.

Виртуализация информационно-коммуникативных процессов и возникновение новых каналов реализации интересов субъектов социума сопровождается переосмыслением природы и сущности политической реальности. Общественное пространство, формируемое с использованием сетевых технологий, способствует преодолению личной изоляции и создает дополнительные возможности для развития процесса общения через каналы опосредованной, виртуальной коммуникации, расширяя возможности и горизонтальных и вертикальных интеракций [5]. Значимым аргументом выступает возможность инициировать отдельные события, корректируя направленность решений представительных органов государственных, региональных и муниципальных ветвей власти. В условиях использования новых масс-медиа для анализа политических процессов роль коммуникатора и гражданского активизма возрастает. «Для достижения общих целей необходимо выстраивание диалога и координация действий, создание условий для партнерских отношений между обществом и властью. В этих условиях оптимальным вариантом решения указанной проблемы выступает создание в сети Интернет специализированных платформ, в рамках которых население и власть организуют диалог по вопросам наличия проблем и возможностей их решения» [6].

Процессы демократизации общества стимулируются корреляционным характером деятельности институтов государственной и политической власти, активностью публичной сферы, процессами сетевизации политической коммуникации и расширением спектра использования мобильных интернет-технологий. Эти процессы способствуют созданию альтернативных

информационных и коммуникативных платформ для оценки и участия граждан в принятии политических решений.

Одним из таких каналов / технологий «обратной связи» и предложением о вовлечении граждан в процессы государственного управления являются *коммуникационные платформы*. Сам термин «платформа» может использоваться в качестве «площадки взаимодействия» [7].

В последние годы для изменения ландшафта отношений «государство-общество» наметился переход от модели информирования и оказания государственных услуг в цифровом формате к модели активного вовлечения граждан через, так называемые, государственные платформы. «Идея «государства как платформы» предполагает создание цифровых площадок по привлечению бизнеса и гражданского общества для получения услуг, организации обсуждений и голосований по различным вопросам, а также обмена товарами, созданными как государственными, так и негосударственными производителями» [8].

В последнее время *коммуникационные платформы* получили широкое распространение для привлечения общества, бизнеса, институтов гражданского общества и государства для получения услуг, обсуждений и голосований по различным вопросам. По данным сетевого издания ComNews, всего в России насчитывается 125 коммуникационных платформ [9]. В России большую долю платформ занимают платформы обращений граждан в органы власти и органы местного самоуправления. На данный момент, пожалуй, только г. Москва располагает полным набором городских коммуникационных платформ, которые четко вписываются в выделенные нами типы. Так, в «Выбираем вместе!»), и платформа общественного участия («Краудсорсинговые проекты Правительства Москвы, слоган – «Предлагаем вместе!»), и портал городских (региональных) проблем («Наш город», слоган – «Контролируем вместе!») [8].

На сегодняшний день реализован целый ряд результативных цифровых платформ обратной связи [10]. Например, Платформа обратной связи (ПОС) "Госуслуги. Решаем вместе", завершение которой планируется в 2021 г. Платформа обратной связи позволяет организовать работу по четырем направлениям: работа с обращениями граждан с возможностью оперативного контроля решения вопросов; проведение онлайн-опросов по социально

значимым для населения темам; общественные обсуждения вопросов местного значения; ведение госпабликов органов власти в соцсетях и мессенджерах и отслеживание инцидентов в социальных сетях.

Данный проект был запущен в 2019 г. и сейчас на платформе обратной связи создано более 16,5 тыс. личных кабинетов органов исполнительной власти субъектов, органов местного самоуправления и иных организаций пилотных субъектов. За этот период на данной платформе органы местного самоуправления обсудили с гражданами около 470 проектов нормативных правовых актов по вопросам местного значения, проведено голосований по более чем 400 проектам, размещено более 1,5 тыс. опросов граждан.

Профессиональные политики, властные структуры, институты гражданского общества используют сетевые интернет-ресурсы как средство мобилизации активности людей. Но вот насколько властные структуры «прислушиваются» к информации каналов обратной связи вопрос остается открытым. В качестве примера можно привести результаты опроса [11]. В апреле 2020 года был проведен опрос с использованием платформы Google Формы. В опросе приняли участие «молодые люди», проживающие на территории Санкт-Петербурга в количестве 100 человек. В опросе принимали участие 73 женщины и 27 мужчин, возрастной диапазон 18-35 лет. На вопрос о возможности влияния на политику города рядовых граждан ответы распределились таким образом, что только 36 % респондентов положительно оценивают такую возможность (Таб.1).

Таблица 1

Ответы на вопрос относительно оценки возможности влияния рядовых граждан на политику города.

Оценки возможности влияния рядовых граждан на политику города	Доли ответов в % выражении
Скорее нет, чем да	29
Нет	33
Скорее да, чем нет	21
Да	15
Затрудняюсь ответить	3

Получается, что каналы обратной связи существуют, эти каналы принципиально расширили возможности соучастия граждан в принятии

политических решений и контроле за их выполнением, предложили гражданам формы коллективной мобилизации, но «эффективность влияния» этих каналов вероятно недостаточна. Усиливается элемент отчуждения акторов обратной связи, пользователей информационно-коммуникативных инструментов от реального политического поля событий. На наш взгляд, усиление «обратной связи» возможно при достаточной информационной поддержке порталов со стороны органов власти, проведение рекламной кампании в СМИ и сети Интернет. В этой связи развитие цифровых платформ обратной связи органов власти с гражданским обществом может оказаться мощным информационным поводом для освещения в СМИ их деятельности и вовлеченности граждан в цифровые проекты и формированию положительного имиджа органов власти.

Интересными оказались ответы на вопрос, связанный с выявлением интереса к деятельности органов власти. Оказалось, что только 19 % респондентов проявляют такой интерес (Таб.2).

Таблица 2

Ответы на вопрос относительно выявления интереса к деятельности органов власти города

Оценки выявления интереса к деятельности органов власти	Доли ответов в % выражении
Скорее нет, чем да	27
Нет	54
Скорее да, чем нет	9
Да	10
Затрудняюсь ответить	-

В ситуации, когда более 75 % респондентов не проявляют интереса к деятельности органов власти своего города, важной задачей политического управления должен быть поиск механизмов привлечения внимания граждан к оценке текущей практической деятельности исполнительной власти и поиска каналов совместных решений через общественные слушания, через лидеров мнений, гражданских сообществ и др. Также остро стоит вопрос о расширении среды доверительных отношений между институтами гражданского общества, отдельными гражданами и органами власти. В этой ситуации условия сетевого формата общения и обмена мнениями и информацией между людьми

способствуют закреплению горизонтальной иерархии социального взаимодействия, как наиболее эффективной системы регуляции политических отношений.

В сложившейся ситуации реализация совместных проектов, разработанных на электронных коммуникационных платформах как каналах обратной связи, мешает низкая информированность населения о существующих коммуникационных платформах. По мнению экспертного сообщества, мешает и отсутствие должного финансирования решения обозначенных на них проблем. Также нельзя не отметить, что к максимально эффективному использованию платформ обратной связи не готовы в настоящее время не только органы управления, но и большинство граждан. Население испытывает недоверие к органам власти, не желая получать формальные ответы, а органы власти игнорируют публичный и открытый диалог, избегая осуждения и критики со стороны населения [6].

Представляется важным отметить то, что применение цифровых технологий с использованием мобильного интернета в политической сфере помогает выходить на новый уровень взаимодействия граждан с институтами государственной власти [12; 13; 14].

Коммуникации действительно являются важной частью человеческого общества и государства и «любые изменения в способах коммуникации имеют существенные последствия для распределения власти внутри общества для изменения индивидуального и социального сознания, а также для пересмотра социальных ценностей» [15].

Следует констатировать факт снижения активного интереса граждан к практической политике, к деятельности органов власти. Это вызывает некоторую обеспокоенность, поскольку от активности граждан и их права голоса зависит и формирование органов государственной власти, и их функционирование, а также различные аспекты поддержания легитимации власти и ее эффективности [16]. Параметры современного сетевого информационно-коммуникативного ландшафта влияют на политические процессы, что выражается не только в многопартийности и политическом плюрализме, но и в политических кризисах, вызванных борьбой за власть.

Мобильная сетевая среда необходима для развертывания широких дискуссий, которые могут обеспечивать принятие взвешенных политических

решений, отвечающих потребностям общества и прежде всего способствующих реализации социально-экономических интересов граждан. В этом залог стабильности и легитимности властных отношений, трансформации гражданского общества. Сегодня можно наблюдать рост гражданского активизма, общественных движений и интереса к разнообразным неформальным возможностям низовой самоорганизации, в том числе к волонтерству, к разнообразным движениям так называемого «одного требования» и др. Получается, что групповая идентичность стимулирует создание адекватных сетевых платформ, способствующих поиску решений в качественно опережающем политическом и идеологическом измерении.

Изучение и анализ политических процессов в новых реалиях использования виртуальных механизмов коммуникативных взаимодействий позволяет сделать выводы о том, что, используя сетевой формат межличностной и групповой коммуникации, граждане и институты гражданского общества стали уделять внимание оценке политических решений и через современные информационные механизмы взаимодействовать с государственными институтами и разнообразными организациями гражданского общества, используя потенциал сетевых гражданских инициатив. Институализация сетевых гражданских инициатив демонстрирует открытость политического процесса и повышает эффективность политических решений и способов их реализации [17].

Таким образом, сетевые политические коммуникации формируют диалоговый формат зон контактов как акторов гражданского общества, так, с другой стороны, государственных структур. В процессе развития сетевые электронные коммуникации служат основой управления информацией, но и, одновременно, выполняют роль средства поддержания социальных связей и социального контроля. Формирование постоянно меняющейся политической практики инициирует запросы на поиск инструментов эффективной коммуникации. Таким инструментом могут стать коммуникационные платформы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Тараканова Т.С. Политико-коммуникативные технологии в интернет пространстве. Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2011. Т. 2. № 4. С. 91-97.
2. Погодин С.Н. Политическая география стран Западной Европы. Учебное пособие. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2015. 243 с.
3. Ermolina M.A., Matveevskaya A.S., Zeleneva I.V Dialogue Of Civilizations – New Model Of World Politics. The european proceedings of social and behavioural sciences. Future Academy. 2017. pp. 829–836. DOI: 10.15405/epsbs.2018.02.98
4. Сафонова А.С. Партнерство государства и гражданского общества как механизм реализации коммуникативного подхода к власти. Коммуникативные стратегии информационного общества. Труды X Международной научно-теоретической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 184-188.
5. Тимерманис И.Е., Евсеева Л.И., Шипунова О.Д. Коммуникативное пространство легитимации политической системы в условиях сетевого общества // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение. 2015. № 6 (149). С. 26-35.
6. Соколов А.В., Комаров О.Е. Цифровые платформы обратной связи // Известия Иркутского государственного университета. Серия Политология. Религиоведение. 2021. Т. 36. С. 26-37. <https://doi.org/10.26516/2073-3380.2021.36.26>
7. Программа развития цифровой (электронной) экономики в РФ до 2035 года. URL: <https://aetr.ru/news/item/410256> (дата обращения: 31.10.2021).
8. Барышкин А.Г., Быков И.А., Игнатьева О.А., Кондратенко К.С. Городские коммуникационные платформы: критический анализ управленческой технологии // Управленческое консультирование. 2021. № 1. С. 20-31.
9. Сервисы обратной связи с населением в регионах России // ComNews. 2020. 27 апреля [Электронный ресурс]. URL: <https://www.comnews.ru/content/205825/2020-04-27/2020-w18/servisy-obratnoy-svyazi-naseleniem-regionakh-rossii> (дата обращения: 29.10.2021).
10. Аналитический центр НАФИ [Электронный ресурс] /<https://nafir.ru/method/sindikaty-nps-csi/>(дата обращения: 29.10.2021).
11. Евсеева Л.И., Шипунова О.Д. Политические процессы в современной информационной среде. Актуальные проблемы современной политической науки. Сборник научных статей. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС. 2020. С. 14-20.
12. Евсеева Л.И., Матвеевская А.С., Тараканова Т.С. Политическая коммуникация в условиях цифровизации Коммуникативные стратегии информационного общества Труды XI Международной научно–теоретической конференции. СПб.: ПОЛИТЕХ–ПРЕСС, 2019. С. 195–197.
13. Попов Д.Г., Фокина В.В. Влияние научно-технического прогресса на трансформацию ресурсов власти и общества // Управленческое консультирование. 2018. №3(111). С. 103-113. <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2018-3-103-113>.

14. Поздеева Е.Г. Институционализация доверия в организации: управленческий аспект // Управление социальными изменениями в нестабильных условиях материалы Всероссийской научной конференции. Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. Издательство: ООО "МАКС Пресс" (Москва). 2016. С. 446-449.

15. Бунеева А.М., Мурейко Л.В., Шипунова О.Д. Ресурсы манипуляции в политической технологии: неявное знание и массовое сознание // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение. 2010. № 1 (44). С. 171-179.

16. Шипунова О.Д., Евсева Л.И. Тренды политического участия в сетевом обществе. Четвертая промышленная революция: реалии и современные вызовы. X Юбилейные Санкт-Петербургские социологические чтения. сборник материалов Международной научной конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та. 2018. С. 488-491.

17. Обухова Ю.О., Сафонова А.С., Арканникова М.С., Танова А.Г. Процесс усвоения политических ценностей и динамика развития института гражданского участия в молодежной среде // Коммуникология. 2020. Том 8. №3. С. 95-108. DOI: 10.21453/2311-3065-2020-8-3-95-108.

Раздел II. КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТРЕНДЫ И ПРАКТИКИ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИУМЕ

УДК: 316

БУДУЩЕЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ: ТЕНДЕНЦИИ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ В ОБЛАСТИ КОММУНИКАЦИИ

THE FUTURE OF THE COMMUNICATION INDUSTRY: TRENDS FOR COMMUNICATION PROFESSIONALS

И.И. Конькова,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: konkova_ii@spbstu.ru

I.I. Konkova,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

А.К. Несмелова,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: nesmelovaarina71@gmail.com

A.K. Nesmelova,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация: Статья содержит описание глобальных тенденций и концепций в области коммуникаций в эпоху пост-covid. Описывается необходимость активации проактивных коммуникаций для поддержки бизнеса в эпоху пандемии и пост-пандемии, рост корпоративной социальной ответственности и активизация разнообразия инструментов коммуникации в онлайн среде на рабочих местах для роста уровня вовлеченности участников коммуникационных процессов. В данной работе приведены статистические показатели, присущие эпохе цифровизации. Современные тенденции, которые, будут прогрессивными и инновационными в области коммуникаций в ближайшие

два года, полученные от издания Forbes, опубликованы в работе и отражают необходимость инноваций в области искусственного интеллекта. В работе описаны предпосылки необходимости в специалистах, ориентированных на цифровые технологии, понимающих работу с новыми платформами и социальными сетями, аналитикой данных, визуальной коммуникацией и созданием контента. В статье изучена гуманизация коммуникационных процессов и развитие процента прозрачности, как общемировой тенденции в области коммуникации. В заключении статьи рассмотрена неизбежность тренда на построение внутренних коммуникаций внутри компаний, его предпосылки.

Abstract: The article contains a description of global trends and concepts in the field of communications in the post-covid era. It describes the need to activate proactive communications to support business in the era of a pandemic and post-pandemic, the growth of corporate social responsibility and the activation of a variety of communication tools in the online environment at workplaces to increase the level of involvement of participants in communication processes. This paper provides statistical indicators inherent in the era of digitalization. Current trends, which will be progressive and innovative in the field of communications in the next two years, received from Forbes, are published in the work and reflect the need for innovation in the field of artificial intelligence. The paper describes the prerequisites for the need for specialists focused on digital technologies, who understand working with new platforms and social networks, data analytics, visual communication and content creation. The article studies the humanization of communication processes and the development of the percentage of transparency as a global trend in the field of communication. In the conclusion of the article, the inevitability of the trend towards building internal communications within companies and its prerequisites are considered.

Ключевые слова: КОММУНИКАЦИОННАЯ ОТРАСЛЬ, ТРАНСФОРМАЦИЯ, ТЕНДЕНЦИИ, ПРОФЕССИОНАЛЫ В ОБЛАСТИ КОММУНИКАЦИИ, ЦИФРОВИЗАЦИЯ, COVID19, ЦИФРОВЫЕ МЕДИА-КОММУНИКАЦИИ

Keywords: COMMUNICATION INDUSTRY, TRANSFORMATION, TRENDS, COMMUNICATION PROFESSIONALS, DIGITALIZATION, COVID19, DIGITAL MEDIA COMMUNICATIONS

Мир адаптировался к глобальной пандемии, что требует от маркетологов и специалистов по коммуникациям изменений в стратегиях и подходах к коммуникационным процессам в 2021 году [1]. Переход к цифровым технологиям занимает высокие позиции в коммуникационной повестке дня с начала 2019 года. Пандемия только ускорила цифровизацию и ее прогресс. С приходом технологий, коммуникационные процессы начали

меняться, так как множество людей перешло на рабочие и учебные процессы и взаимодействие с миром в целом в онлайн-среду.

С 2019 года возникла необходимость активировать проактивные коммуникации для поддержки бизнес-процессов. В 2021 году все больше и больше компаний осознают важность собственной репутации и репутации своего бренда и обновляют, или полностью меняют коммуникационную политику бренда, чтобы адаптироваться под современные запросы участников коммуникации [1]. Такие трансформационные процессы отражают ожидания клиентов, которые остаются лояльны с теми брендами, с которыми они разделяют общие убеждения в процессе коммуникации.

Таким образом, наблюдается ускорение целевых коммуникаций, а именно – активизация усилий в области онлайн-коммуникации, в том числе – в отношении разнообразия инструментов коммуникации и роста вовлеченности на обновленном цифровом рабочем месте.

Бизнес-сообществам и СМИ пришлось полностью переосмыслить свои цели, миссию и ценности в контексте COVID-19 и пост-COVID-19. Наблюдаются изменения в бренд-коммуникациях, происходит смещение акцента на сотрудника, который становится голосом компании – «Brand Voice» и гуманизирует свою организацию. Компании приложили усилия, чтобы показать своей аудитории больше сочувствия, актуальности, лидерства и видения на современные проблемы и инновации [2]. Глобальный опрос 30000 потребителей, проведенный Accenture Strategy, показал, что 62% клиентов хотят, чтобы компании занимали позицию по текущим и широко актуальным вопросам, а именно – устойчивость, прозрачность и справедливые методы найма и внутренних коммуникаций [3].

За компаниями и их процессами коммуникаций стоят люди. Поскольку на них прямо или косвенно повлиял COVID-19, компании сместили цель коммуникации с инструмента поддержки маркетинга и продаж на инструмент, который вносит значительный вклад в жизнь общества – свои убеждения и взгляды. В 2021 году был замечен рост таких коммуникационных стратегий [3].

Широкое распространение интернета в начале 1990-х годов принесло новые методы коммуникации, в том числе – использование цифровых носителей для более быстрой передачи сообщений на большие расстояния.

Каналы социальных сетей и сервисы потокового видео стали популярными платформами для доставки цифрового контента, смартфоны позволяют брендам обращаться к потребителям независимо от их местонахождения [4]. Эти достижения в области технологий повлияли на традиционные коммуникативные профессии, проложив путь для цифровых медиа как основного фактора, влияющего на бизнес в области коммуникации. В результате таких трансформаций появляются новые названия должностей и изменение общения.

Будущее средств массовой информации продолжает трансформироваться под влиянием цифровых средств массовой информации в области развлечений, новостных каналов и бизнес-сообществ, что открывает широкие возможности для бизнеса [4]. По данным исследовательского центра «Pew Research Center», индустрия цифровых медиа продолжает расти: около 93% взрослого населения США просматривают большую часть из своих новостей в интернете. По мере роста аудитории онлайн-коммуникаторов растет количество платформ и аудитория потребителей коммуникационных продуктов. Для современных компаний важно поддерживать присутствие в интернет-среде, так как оно позволяет эффективно выстраивать коммуникацию со своей аудиторией [5].

Поскольку специалисты-коммуникаторы прогнозируют будущие процессы трансформации карьеры в области коммуникации, существуют ключевые области карьерного роста, за которыми необходимо следить, а именно:

- Менеджеры по социальным сетям;
- Менеджеры по цифровым медиа;
- Контент-стратеги;
- Специалисты по коммуникациям в цифровой среде.

Не смотря на трансформацию профессий в области коммуникации, важными навыками во всех профессиях являются:

- Взаимодействие с клиентами;
- Управление отношениями;
- Анализ данных.

Цифровые СМИ и коммуникаторы в области цифровых медиа определяют то, как потребители продуктов и услуг получают информацию и

обмениваются ею. Таким образом, формируются ключевые факторы, которые могут влияют на будущее коммуникационной отрасли. Инновации – это новая повестка дня в цифровых СМИ. Социальные сети, цифровая реклама и расширенный доступ к интернет-инструментам через мобильные и портативные устройства сформировали тенденции в цифровых СМИ [6].

Цифровые медиа продолжают развиваться по мере появления новых инструментов, требований потребителей и повышения качества и доступности технологий [7]. Рост мобильного видео, виртуальной реальности (VR), дополненной реальности (AR) и более совершенного использования аналитики данных влияет на будущее цифровых медиа-коммуникаций. Согласно отчету «Multichannel News», к 2025 г. половина людей в возрасте до 32 лет, которые смотрят телевизор, не будут подписываться на традиционные услуги кабельного телевидения, отдав предпочтение потоковым сервисам, таким как Netflix и Hulu. Сейчас, 6 из 10 потребителей предпочитают смотреть онлайн-видео на платформах традиционного телевидения, и многие из этих потребителей используют свои мобильные устройства. Это указывает на то, что будущее медиа, особенно видео, требует стратегии, ориентированной на мобильные устройства – смартфоны, планшеты и часы. Теперь, когда доступ к видео доступен на разных платформах, ключевым моментом является удобный для мобильных устройств и доступный видеоконтент, как один из самых популярных и востребованных инструментов коммуникации [7].

Аналитика Google показывает, что YouTube охватывает больше пользователей в возрасте от 18 до 49 лет, чем любой вещательный или кабельный канал [7]. В 2016 году количество пользователей мобильного интернета превысило уровень использования настольных компьютеров, и с тех пор рост пользователей мобильной коммуникации продолжается каждый год. Такая тенденция дает маркетологам и специалистам-коммуникаторам возможность связаться со своей клиентской базой не только с помощью традиционной рекламы и традиционных каналов коммуникации.

Связи с общественностью приняли участие в работе с большими данными и использовали информацию, полученную из таких данных, для улучшения тактики PR в пост-COVID19. Аналитика интернет-рекламы становится больше, чем инструмент успеха конкретной рекламной кампании и ключевого сообщения. Аналитика помогает корректировать сообщение и

определить, какие каналы использовать, и понять, кто именно является аудиторией сообщений.

Путем анализа данных профессионалы в области PR и коммуникаций создают более эффективные информационные кампании. Большой объем данных, доступных сегодня, позволяет специалистам по коммуникациям прогнозировать новостные циклы и интерес потребителя, узнавать, какие СМИ больше всего освещают их отрасль, и раскрывать потенциальные отношения с медиа-каналами, другими организациями и влиятельными лицами [7]. Хотя некоторые метрики, связанные со связями с общественностью, могут показаться неосвязаемыми, данные формируют будущее медиа-концепций в PR благодаря их способности понимать коммуникационный шум.

С помощью специального программного и аппаратного обеспечения VR воссоздает среду, а AR улучшает физические изображения. Эти две отрасли в последние годы набирают рост. Согласно статистическим данным Statista, только в США индустрия виртуальной реальности выросла до 21 миллиарда долларов к 2021 г. А доход от AR, более доступной платформы, вырос в три раза больше, чем от VR. Многие эксперты предполагают, что эти технологии позволят клиентам получить впечатляющий опыт работы с их продуктами до момента покупки, что поможет конвертировать рекламные сообщения в реальных клиентов. Эти технологии также помогают печатным СМИ интегрироваться с цифровыми и использовать данные в реальном времени для предоставления клиентам эффективных персонализированных услуг. Поскольку студенты и нынешние профессионалы отрасли коммуникации изучают будущее средств массовой информации, становится ясно, что мобильный видеомаркетинг может принести большие финансовые и репутационные выгоды, а изучение данных и умение работать с большими объемами данных сделает сферу коммуникаций более конкурентоспособной, в свою очередь, изучение новых технологий, таких как VR и AR, может облегчить трансформационные процессы отрасли [8].

В связи с растущей потребностью в специалистах, ориентированных на цифровые технологии, понимание работы с новыми платформами и социальными сетями, аналитикой данных, визуальной коммуникации и создание контента являются базой для изучения в отрасли коммуникации. Эти

тенденции знаменуют собой трансформацию в потреблении медиа и того, как компании взаимодействуют с потребителями в коммуникационном процессе.

Члены совета по связям с общественностью в Forbes описывают основные тенденции, которые, на их взгляд, будут прогрессивными и инновационными тенденциями в области коммуникаций в ближайшие два года [9].

Таблица 1

Тенденции в сфере коммуникаций

Тенденция	Описание тенденции
Искусственный интеллект	Искусственный интеллект и расширение его процессов изменят работу крупного и среднего бизнеса в следующие два года. ИИ станет помощником в анализе больших объемов данных и анализа потребительских потребностей.
Устройства на базе искусственного интеллекта	Сбор и анализ данных являются ключом к использованию всех преимуществ этой технологии. Компании и специалисты по коммуникациям должны помочь потребителям понять преимущества, а также риски прозрачности в отношении собираемых данных и способов их использования.
Видео коммуникация	Видео контент – это тренд 2021 года, необходимо уметь выстраивать коммуникацию с применением технологий в области видео съемки, чтобы не отставать от трендов видео-контента для передачи сообщений аудитории.
Цифровые инновации	Цифровые инновации продолжают оставаться главной тенденцией при обсуждении будущего отрасли коммуникаций. Необходимо выстраивать коммуникацию в цифровом формате и взаимодействовать с клиентами осмысленно и достоверно.

Из вышеперечисленных тенденций членов совета по связям с общественностью Forbes видно, что современная отрасль коммуникаций берет курс на цифровизацию и инновации в области искусственного интеллекта.

Ключевая идея современной коммуникации – создание среды выбора, которая помогает людям принимать личные и социально полезные решения, поскольку принятие решений иногда бывает неоптимальным из-за личных

характеристик аудитории и ограниченного человеческого познания, например, предубеждений, эвристики, когнитивной нагрузки или усталости [9]. Среда выбора в цифровом мире коммуникации относится к дизайну пользовательских интерфейсов, например, на корпоративном веб-сайте, канале бренда в социальных сетях, программе электронной почты или приложении для смартфона. Варианты выбора или настройки интерфейсов по умолчанию могут быть организованы специалистами по коммуникациям целенаправленно, чтобы предсказуемо повлиять на принятие решений своей аудиторией в позитивном и этичном плане [9].

Из-за глобального тренда и курса на цифровизацию в целом и продолжающейся пандемии COVID-19 в частности, большая доля рабочих процессов переместилось в виртуальную сферу, что сделало концепцию цифровых коммуникаций еще более привлекательной [10]. Специалистам в сфере коммуникаций следует учитывать следующие трансформации:

- Кибербезопасность: Пользователей можно подтолкнуть к выбору более безопасных паролей, к более внимательному отношению к потенциальным фишинговым и целевым электронным письмам, к обмену информацией о потенциальных угрозах безопасности с коллегами и к подготовке к кибератакам.

- Адаптация и взаимодействие с сотрудниками: новым сотрудникам, работающим удаленно, может быть трудно установить коммуникацию с коллегами и встроиться в корпоративную культуру. Коммуникаторы могут познакомить новичков отрасли с корпоративными нормами и ценностями [10]. Они также могут побуждать новых сотрудников принимать участие в виртуальных мероприятиях, или подписываться на внутренние информационные каналы и социальные платформы.

- Обучение: непрерывное обучение в области коммуникации важно как для сотрудников, так и для компании, особенно потому, что некоторые рабочие места могут исчезнуть, или трансформироваться в результате цифровой трансформации и внедрения в работу искусственного интеллекта. Цифровые стимулы могут побудить сотрудников к регулярному участию в учебных мероприятиях и к росту спроса на онлайн-курсы.

- Принятие новых технологий: сотрудники часто не решаются использовать незнакомые технологии или программное обеспечение на

рабочем месте. Для принятия новых технологий можно использовать поощрения сотрудников к внедрению новых технологий, например в рамках внутренних и внешних коммуникаций компании.

- Благополучие: многие сотрудники будут продолжать работать из дома, им будет проблематично отделить работу от личной жизни, или взаимодействовать со своей командой проекта. Налаживание коммуникационных процессов во внутреннем общении может потенциально помочь сотрудникам планировать время работы и разделять работу и личное пространство.

Успешное внедрение цифровой коммуникации и ее инструментов требует сотрудничества различных отделов компании: коммуникаций, HR, продаж и маркетинга, ИТ-отделов, профсоюза и других [11].

Специалисты по коммуникациям должны улучшать свою профессиональную подготовку, чтобы стать лидерами мнений для продвижения цифровых технологий и внедрения их в компаниях [11].

Пандемия изменила многое в процессе коммуникаций, наблюдается тренд на построение внутренних коммуникаций внутри компаний из-за перехода в онлайн-пространство. Коммуникаторы видят необходимость построения обновленных коммуникаций с сотрудниками внутри компании, поскольку в течение последних двух лет произошла быстрая трансформация коммуникационной отрасли во внешней и внутренней среде [12; 13]. Продолжительная вынужденная самоизоляция больших масс людей коренным образом изменили их образ повседневной жизни – человек получил реальную возможность попытаться жить в соответствии со своим биоритмом перестраивая стереотипные приоритеты своих потребительских потребностей и обращаясь за их удовлетворением преимущественно к цифровым ресурсам, что стало моделью поведения, и в постковидное время потребители во многом остались верны онлайн-формату.

Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что в сложившихся обстоятельствах современным специалистам-коммуникаторам необходимо адаптироваться к укоренившимся трансформациям в отрасли и к тенденциям: работе с искусственным интеллектом и устройствами на базе искусственного интеллекта, внедрению видео коммуникации и росту цифровых инноваций.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Антипина Л.-В.И. Трансформация маркетинга и маркетинговых коммуникаций под воздействием цифровизации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 5-1. С. 21-22.
2. Макаревич Э.Ф. Изменение массового поведения в условиях трансформации массового общества и массовых коммуникаций // Знание. Понимание. Умение. 2021. № 1. С. 219.
3. 2021 Trends: Communications // teamlewis.com URL: <https://www.teamlewis.com/magazine/2021-trends-communications/> (дата обращения: 01.10.2021).
4. Володенков С.В., Федорченко С.Н. Субъектность цифровой коммуникации в условиях технологической эволюции интернета: особенности и сценарии трансформации // Полит. наука. 2021. №3. С. 40-41.
5. The Future of Media: Concepts and trends // cimcweb URL: <https://www.cimcweb.com/the-future-of-media-concepts-and-trends-for-communication-professionals/> (дата обращения: 01.10.2021).
6. Дворянчиков Я.В., Шепелева Е.С. Социальные сети как инструмент популяризации массовой культуры // Форум молодёжной науки. 2021. №2. С. 31-32.
7. Голубин Р.В., Исакова И.А., Коротышев А.П., Рыхтик П.П. Интернет-технологии воздействия на социально-политическую активность молодежи: социологический анализ // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2021. №2. С. 133.
8. Video will consume 76% share of mobile capacity in 5 years // www.nexttv.com URL: <https://www.nexttv.com/news/video-will-consume-76-share-of-mobile-capacity-in-5-years-ericsson-predicts>
9. Seven communications trends worth knowing about // forbes.com URL: <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2018/07/12/seven-communications-trends-worth-knowing-about/?sh=1ee2c6e84b19> (дата обращения: 01.10.2021).
10. Коломийцева Е.Ю. Новые медиа в пандемию: пути трансформации // Вестник ВУиТ. 2021. №1 (34). С. 147.
11. Ладожинская Д.А., Малышко Р.В. Перспективы интегрированных коммуникаций в 2021-2025 // Цифровая наука. 2021. №4-2. С. 56-57.
12. Павлова Н.В. Постмодерн: трансформация коммуникаций // Вестник ПАГС. 2014. №4 (43). С. 118.
13. Розенберг Н.В., Сараева В.П. Массовая коммуникация: основные тенденции развития в эпоху Digital // Наука. Общество. Государство. 2018. №2 (22).

**ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА
ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ**

INTERNET TECHNOLOGIES INFLUENCE PUBLIC OPINION

А.А. Пронюшкина,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: ana.prony@gmail.com

А.А. Pronyushkina,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

З.З. Бахтуридзе,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: zeinabb1000@list.ru

Z.Z. Bakhturidze,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. Как известно, на сегодняшний день Интернет практически полностью заменил традиционные инструменты связи, коммуникации, передачи информации. По сути, он стал основным каналом формирования общественного мнения. Пространство, которое должно было дать человечеству свободу, распахнуть перед ним мир, стало вместе с тем и пространством влияния. Технологии Сети позволяют обозначать контуры наших решений, сужать мировосприятие, программировать сознание, вовлекать в виртуальные коммуникации (бегство от реальности). Интернет стирает границы, но прозрачными становятся не только они, но и предпочтения, интересы и другие детали личной информации пользователей. В этом и кроется опасность, избежать которой поможет знание интернет-технологий.

Abstract. As you know, today the Internet has almost completely replaced the traditional tools of communication, information transfer. In fact, it has become the main channel for shaping public opinion. The space that was supposed to give humanity freedom, to open up the world

before it, became at the same time a space of influence. The technologies of the Web allow to outline the contours of our solutions, to narrow the perception of the world, to program consciousness, to involve them in virtual communications (escape from reality). The Internet erases boundaries, but not only they become transparent, but also the preferences, interests and other details of users' personal information. This is where the danger lies, which knowledge of Internet technologies will help to avoid.

Ключевые слова: ИНТЕРНЕТ, ИНФОРМАЦИЯ, ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ, КОММУНИКАЦИИ, МАНИПУЛЯЦИЯ, КОНТРОЛЬ

Keywords: INTERNET, INFORMATION, PUBLIC OPINION, COMMUNICATIONS, MANIPULATION, CONTROL

В современную эпоху наибольшую ценность в качестве канала влияния на мнение людей представляет Интернет – главное средство массовой информации XXI века. В интернете реализуется возможность порождать, распространять и влиять на дискурсы, которые формируют человеческую деятельность.

По всей видимости нет необходимости углубляться в вопрос о роли общественного мнения, об этом написано и сказано так много, что, пожалуй, практически не осталось не убеждённых в значимости данного феномена. Действительно, общественное мнение, являясь определенным отражением ценностей и установок в том или ином обществе, несомненно оказывает влияние на формирование позиций, а соответственно – на поведение людей, на их выбор. По сути, пространство этого выбора определено и запрограммировано. Нельзя не согласиться с мнением Мануэля Кастельса, который утверждает, что «дискурсы в нашем обществе формируют общественное мнение через одну определенную технологию: коммуникационные сети, организующие общественную коммуникацию» [1, С. 71]. Более того, власть в сетевом обществе – это коммуникационная власть, а сам смысл коммуникации – это манипуляция [1, С. 457].

В той или иной мере сети похожи на аппаратную власть, они не контролируются обществом, не имеют легитимности, но у них есть технические возможности для осуществления власти.

Все действия, совершаемые нами онлайн, отслеживаются, анализируются и регистрируются: когда мы чувствуем себя одиноко и

подавлено, на каком изображении или странице мы задержались и надолго ли, чем мы занимается и в какое время, экстраверт человек или интроверт, какой у него тип личности и предпочтения. Все это создает основу для виртуального анализа всех пользователей и подбора наиболее действенных методов влияния на их сознание, а также для распространения необходимых идей и установок.

Одной из таких скрытых технологий настройки мнений под нужный формат являются так-называемые «информационные пузыри» или «пузыри фильтров» («filter bubble»). Они представляют собой состояние некой мыслительной и идеологической изоляции, возникающее из-за того, что интернет-алгоритмы выдают нам лишь выборочную персонифицированную информацию, позиции по каким-либо вопросам и проблемам, однобоко освещают новостные события, основываясь на имеющихся данных о нашей истории поиска и поведении в сети [2]. Использование данных о поведении пользователя – это лишь один из видов создания «информационных пузырей», существуют еще три [3]. Первый основывается на измерении аудитории, а, если точнее, то на количестве просмотров пользователей. Вторым создается благодаря гиперссылкам: так, к примеру, лишь 8,5% пользователей переходят на вторую страницу результатов во время поиска информации, а на третью – всего 1,1%. Третий тип формируется посредством авторитетных лиц, таких как «селебрити», «ютьютберы», не так давно набравшие популярность «тиктокеры» – известность наделяет их возможностью быть услышанными и распространять желаемые и/или спонсируемые рекламодателями мнения.

Если в поисковой строке в Google ввести запрос «изменение климата – это», на экране возникнут разные результаты поиска, в зависимости от места, где мы будем находиться на момент поиска. В каких-то городах поисковая строка предложит дополнить запрос как «изменение климата – это мистификация». В других случаях результаты покажут – «изменение климата приводит к разрушению природы». Результаты поискового запроса будут зависеть не от действительной ситуации с изменением климата, а от следующих факторов: история запросов на используемом устройстве, история открытых страниц, месторасположение, Google-аккаунт, используемое устройство, вид поиска и используемые фильтры, оплаченная реклама в браузере, изменения в самих сайтах, а также прочие информационные элементы [4]. Таким образом, подобный алгоритм сортировки новостной

ленты не приносит значимой пользы, поскольку «пузыри фильтров» показывают пользователям только то, что им нравится и что они предпочитают видеть, что, однако, является не только нецелесообразным, но зачастую и вредным для повышения осведомленности и более глубокого и многостороннего понимания определенных тем и вопросов.

Подобное, но все же отличающееся от «пузырей фильтров» явление – это «эхо-камеры» («echo-chambers»). Они представляют из себя виртуальные социальные группы единомышленников, повторяющие и укрепляющие принятые в этих группах точки зрения. Причинами возникновения «эхо-камер» является собственный выбор человека использовать для поглощения информации лишь источники, подтверждающие его точку зрения, а также те самые «пузыри фильтров» [5]. В каком-то смысле «эхо-камеры» похожи на культ: они изолируют своих участников от иных точек зрения по любой возможной теме, будь то обсуждение политических персоналий, вакцинации или даже методов воспитания детей.

Принимая во внимание, что многие люди замкнуты в своих «эхо-камерах» и опираются только на мнение своих единомышленников, достаточно лишь выбрать правильный для запуска цепной реакции канал, который станет источником пропаганды или агитации. Приведем в качестве примера президентские выборы в США: на протяжении всей предвыборной гонки многие наиболее известные представители кинематографической индустрии Голливуда и другие узнаваемые «авторитетные лица» публично поддерживали кандидата от демократической партии и призывали своих поклонников отдавать голоса за Джо Байдена [6]. Кроме того, членов нынешнего правительства США лишь одно рукопожатие связывает с крупнейшими мировыми IT-гигантами, такими как BigTech, Microsoft, Google, Apple, Facebook и пр. [7], что в теории открывает государственным структурам практически неограниченные сетевые средства и возможности для управления мнениями людей.

Поскольку два перечисленных выше социологических явления зачастую функционируют синхронно, одновременно происходит и «забалтывание», и «замалчивание». От обилия бесконечных объемов информации, скорости и простоты ее получения создается иллюзия свободы мышления и познания, однако реальное обретение такой свободы в сети требует серьезных усилий,

т.к. для этого необходимо действовать, искать и анализировать факты определенным образом. М. Кастельс отмечает, что «контроль сетей коммуникаций становится тем рычагом, при помощи которого интересы и ценности превращаются в руководящие принципы человеческого поведения» [8, С. 193], а Интернет хоть и переопределяет расстояния, но не отменяет географию. По мнению Е.В. Кучумовой, «информационные потоки преодолевают границы, обеспечивая возможность генерирования новых мнений и формирования позиций» [9, С. 270].

Заказчики и потребители в интернете – это рекламодатели; а внимание пользователей – это товар, который продают. Происходит активизация классического выражения «если ты не платишь за товар, то ты и есть товар». Путем автоматического анализа каждого нашего клика в браузере или приложении, каждого лайка и репоста, подписки на группу, открытой страницы и картинки формируется наш виртуальный образ, который пополняется новыми данными с каждым нашим действием онлайн. Такие компании как Google, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TikTok соревнуются за внимание пользователей – их задача удержать людей у экрана как можно дольше, причем для этого им не обязательно делать нечто сверхъестественное, мы сами раз за разом возвращаемся к пролистыванию ленты в ожидании обнаружить что-то новое для себя. В психологии такую стратегию называют «положительное интервальное подкрепление»¹.

Технология, появившаяся сравнительно недавно, лишь около 4 лет назад, которая, однако, выглядит очень убедительно и достоверно – «дипфейк» («deepfake»). Она представляет собой форму синтеза человеческих изображений, при которой фотография человека, чаще известной личности, накладывается на видео с другим персонажем, с целью изменения идентичности изображенного в видеоролике человека. Технология сейчас доступна в различных приложениях и программах и часто используется при создании видеоигр, в киноиндустрии или же просто для забавы. Однако «дипфейки» несут в себе и серьезную проблему, поскольку могут быть задействованы и для разного вида манипуляций: подстрекательство к политическому обману, манипулирование избирателями, коммерческое мошенничество, «порно из мести» [10]. При этом определить на глаз

¹ Социальная дилемма / реж. Джефф Орловски; «Netflix». Фильм вышел на экраны в 2020 году.

подлинность видеоизображения чрезвычайно сложно и даже практически невозможно, так как технологии машинного обучения позволяют достичь потрясающе детальных и реалистичных результатов.

Многие онлайн функции замаскированы под удобство и практичность пользования, так что действия, осуществляемые нами в сети, зачастую даже облегчают специальным алгоритмам сбор и анализ наших персональных данных. Синхронизация аккаунтов и устройств, сохранение паролей, включенные Bluetooth и функция геолокации, трекинг шагов и сна, камеры на смартфонах, регулярные публикации в социальных сетях – все это и другое способствует поддержанию тенденции «лайфлоггинга», иными словами, онлайн-фиксирование своей жизни. Есть мнения, что лайфлоггинг открывает возможности взглянуть на себя со стороны и повысить личную эффективность, но также существуют убеждения в негативном его влиянии и в утрате конфиденциальных данных, которые могут быть использованы коммерческими организациями и государственными структурами для контроля и управления поведением индивидов [11, С. 128-129].

«Если вы хотите контролировать население своей страны, то еще не было инструмента более эффективного для этого, чем Facebook». Facebook и Twitter действительно предоставили военным и государственным структурам и другим корыстно настроенным актерам новые способы для манипулирования общественным мнением путем дезинформации, распространения заведомо ложной информации и пропаганды. К примеру, для заглушения нежелательных аргументов в онлайн-дебатах в пользу необходимых позиций могут прибегать к использованию «ботов» – программно-создаваемых и автоматически-функционируемых учетных записей, публикующих определенные комментарии, распространяющих и оценивающих конкретные записи [12]. С помощью такого алгоритма можно стимулировать выработку мнений по волнующим темам благодаря «эффекту оркестрового вагона», который упоминался ранее. Кроме того, блокировка некоторых веб-сайтов в определенных странах ограничивает доступ к информации, которая может невыгодна правящим структурам.

В свое время Элиас Канетти разглядел в современном человеке весьма опасные задатки: моральную безответственность, агрессивность, стандартность поведения, покорность. Он отмечал, что сознание человека

дезориентировано, что приводит к утрате способности правильно оценить и осознать изменения в социальной жизни, к утрате чувства реальности, ощущению хаоса, потере связи с миром, с другими людьми. Природа человека – вот, что не давало ему смотреть в будущее с оптимизмом, вот что вызывало в нём опасения. По мнению Канетти, сама природа человека такова, что он парадоксально сочетает добро и зло. И каждый его шаг останется в бытие навсегда как неотъемлемое звено в общей цепи событий. Какого-либо предначертанного свыше пути для Человека не существует. Есть лишь единое, полное противоречий и этически нейтральное русло естественного развития материи и сознания от простого к сложному. Упорно прокладывая эту дорогу, Человек всегда остаётся самим собой, не зная цели как определённого и конечного пункта своего самоутверждения. Скорее всего их и нет – ни цели, ни этого конца. В бесконечном борении и развитии духа и материи Человек, существуя потому, что он мыслит, и мысля потому, что он действует, становится в итоге и движущей силой, и смыслом, и символом бытия. Действия – вот в чём каждый человек неизбежно выражает вопрос о смысле своей жизни и отвечает на него. И если подходить к жизни как к взаимодействию и сотрудничеству независимых людей, то прогресс общества будет неограниченным, но изначальная противоречивость человеческой природы периодически приводит цивилизацию разумных существ к опасной неустойчивости, чреватой её самоуничтожением.

Сложно не согласиться с тем, что «прогрессирующее влияние информационного контента и применение информационных технологий, приводит к возрастающему количеству всевозможных манипуляций массами в разных областях социально-политической жизни», а «доступ к информации и все большая «прозрачность» в разных сферах общественной жизни приводят к необходимости контролировать информационное поле, как внутреннее, так и внешнее» [9, С. 270]. Несомненно, это не простая задача в современных условиях, сущность информационной эпохи, в частности – столь мощные инструменты и каналы влияния на сознание, а также нигилизм, присущий современному массовому обществу создают благоприятную почву для манипулирования, но вместе с тем у человека остается его главная прерогатива – возможность выбора.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Кастельс М. Власть коммуникаций. – М: Издательский дом ВШЭ, 2016. – 564 с.
2. Fletcher R. The truth behind filter bubbles: Bursting some myths // Reuters Institute for the Study of Journalism, January 25, 2020. [Electronic resource]. – URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/truth-behind-filter-bubbles-bursting-some-myths> (Accessed: 26.10.2021).
3. Schwab Pierre-Nicolas. Big Data: 4 types of filter bubbles // IntoTheMinds consulting blog, November 14, 2016. [Electronic resource]. – URL: <https://www.intotheminds.com/blog/en/big-data-4-types-of-filter-bubbles/> (Accessed: 26.10.2021).
4. Mike McEvoy. Reasons Google Search Results Vary Dramatically // WebPresence Solutions, June 29, 2020. [Electronic resource]. – URL: <https://www.webpresencesolutions.net/7-reasons-google-search-results-vary-dramatically/> (Accessed: 26.10.2021).
5. Барсуков Н. С. «Эхо камеры» в Интернете: иллюстрация «эффекта эха» на примере Брексита // Государства и граждане в электронной среде, №2, 2018. [Электронный ресурс]. – URL: <https://openbooks.itmo.ru/ru/file/8447/8447.pdf> (дата обращения: 26.10.2021).
6. Lewis I. From Lady Gaga to Lil Pump, these are the celebrities who are supporting Trump and Biden in the US election // Independent, November 5, 2020. [Electronic resource]. – URL: <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/news/trump-biden-celebrity-vote-2020-election-lady-gaga-lil-pump-wayne-jennifer-aniston-b1394030.html> (Accessed: 26.10.2021).
7. Hashim Shakeel. The complex web that links the new administration to tech, visualized // Protocol, November 12, 2020. [Electronic resource]. – URL: <https://www.protocol.com/biden-harris-administration-tech-connections> (Accessed: 26.10.2021).
8. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонов. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – 328 с.
9. Кучумова Е.В. Информационное общество как проблема // Донецкие чтения 2020: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности. Материалы V Международной научной конференции. под общей редакцией проф. С.В. Беспаловой. Донецк: ДонНУ, 2020. – С. 268-271.
10. Tolosana R., Vera-Rodriguez R., Fierrez J., Morales A., Ortega-Garcia J. DeepFakes and Beyond: A Survey of Face Manipulation and Fake Detection // ResearchGate, January 2020. [Electronic resource]. – URL: https://www.researchgate.net/publication/338355353_DeepFakes_and_Beyond_A_Survey_of_Face_Manipulation_and_Fake_Detection (Accessed: 26.10.2021).
11. Маркеева А.В. Лайфлоггинг (lifelogging): направления использования и социальные последствия развития цифровых архивов персональных данных // Современные исследования социальных проблем. №7(51). 2015. С. 123–138.

12. Hern A. Facebook and Twitter are being used to manipulate public opinion – report // The Guardian, June 19, 2017. [Electronic resource]. – URL: <https://www.theguardian.com/technology/2017/jun/19/social-media-proganda-manipulating-public-opinion-bots-accounts-facebook-twitter> (Accessed: 26.10.2021).

**ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ
КОММУНИКАЦИОННОЙ СФЕРЫ В ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ**

**PROFESSIONAL TRAINING OF COMMUNICATION
SPECIALISTS IN CIVIL AVIATION**

Л.М. Волкова,

Санкт-Петербургский государственный университет гражданской
авиации (Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: volkovalm@bk.ru

L.M. Volkova,

St. Petersburg State University of Civil Aviation
(Saint Petersburg, Russia)

А.А. Голубев,

Санкт-Петербургский государственный университет гражданской
авиации (Санкт-Петербург, Россия)

A.A. Golubev,

St. Petersburg State University of Civil Aviation
(Saint Petersburg, Russia)

В.В. Евсеев,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: evseev_vv@spbstu.ru

V.V. Evseev,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. В статье рассматривается актуальная для современного рынка труда проблема – подготовка высококвалифицированных специалистов в области коммуникации. Гражданская авиация работает в настоящее время в условиях цифровизации, автономных транспортных систем, информационного моделирования, но главный элемент транспортной системы – это человек-профессионал с набором личностных качеств. Для реализации и обновления подходов в формировании высококвалифицированного

специалиста предлагается ориентироваться на выявленные в исследовании основные профессиональные важные качества в коммуникативной сфере авиационных работников, помогающие действовать в различных ситуациях общения, основанные на знаниях, умениях и навыках, жизненном опыте человека в сфере межличностного общения, обеспечивающие эффективное и адекватное взаимопонимание между людьми, выработки стратегии взаимодействия. В работе показано, что коммуникабельность является одной из ключевых компетенций специалиста гражданской авиации.

Abstract. The article deals with an actual problem for the modern labor market – the training of highly qualified specialists in the field of communication. Civil aviation currently operates in the conditions of digitalization, autonomous transport systems, information modeling, but the main element of the transport system is a professional person with a set of personal qualities. To implement and update approaches in the formation of a highly qualified specialist, it is proposed to focus on the main professional important qualities identified in the study in the communicative sphere of aviation workers, which help to act in various communication situations, based on knowledge, skills and skills, life experience of a person in the field of interpersonal communication, ensuring effective and adequate mutual understanding between people, developing an interaction strategy. The paper shows that sociability is one of the key competencies of a civil aviation specialist.

Ключевые слова: КОММУНИКАЦИИ, ОБРАЗОВАНИЕ, КОМПЕТЕНЦИИ, ГРАЖДАНСКАЯ АВИАЦИЯ, СТУДЕНТ, ЛИЧНОСТНЫЕ КАЧЕСТВА, КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

Keywords: COMMUNICATIONS, EDUCATION, COMPETENCIES, CIVIL AVIATION, STUDENT, PERSONAL QUALITIES, COMMUNICATIVE CULTURE

Актуальность. Трансформация социально-экономической системы коснулась в настоящее время изменений, обновлений подходов к подготовке высококвалифицированных специалистов в гражданской авиации, разработки качественных образовательных технологий, формирующих не только профессиональные умения и навыки, но и личностные качества будущего авиатора [1; 2]. Гражданская авиация работает сегодня в условиях цифровизации, новых подходов к мобильности, беспилотных и автономных транспортных систем, информационного моделирования, но воздушный транспорт является не только полюсом притяжения инновационных технических и организационных решений, а становится центром их генерации, где главное звено – это человек-профессионал с набором личностных качеств.

Реализация инновационных, образовательных технологий, ориентированных на профессию, способствует формированию профессиональной компетенции будущих специалистов гражданской авиации в сфере коммуникации, а сумма знаний, навыков и развитие коммуникационных качеств личности в университетских стенах – надежный фундамент будущей успешной профессиональной карьеры [3; 4]. Все это подтверждает значимость выбранной темы исследования.

Результаты исследования и их обсуждение. Анализ научно-методической и специальной авиационной литературы свидетельствует, что в настоящее время меняются требования общества к человеческому капиталу, как фактору социально-экономического развития. Рынок труда в современном мире подвержен процессу турбулентности по причине изменения социально-экономических условий, цифровизации общества, модернизации высшего образования, порождающих массу проблем и новые алгоритмы их решения [5; 6; 7]. Меняются и требования работодателей к профессиональной компетентности специалистов по коммуникациям. Работодатели ждут сейчас уникального специалиста, качественный труд, весомый результат, зависящий от высокого уровня коммуникабельности. Это обстоятельство приводит к трансформации основных положений подготовки специалистов коммуникационной сферы в вузе [8; 9; 10]. Современный рынок труда ставит перед высшей школой задачу – нивелировать существенный разрыв между профессиональной подготовкой, опирающейся в основном на теоретические знания, и практическими аспектами коммуникационной деятельности [11].

Цель профессионально ориентированной подготовки специалистов коммуникационной сферы – овладение ими необходимым уровнем профессиональной компетентности для решения профессиональных задач в различных сферах будущей деятельности [12]. Именно эта цель отвечает социальному заказу общества и государства, рынка труда на подготовку специалиста и становление личности профессионала.

В Санкт-Петербургском государственном университете гражданской авиации (СПбГУ ГА) коммуникативная сфера деятельности характерна для многих направлений и специальностей подготовки студентов как очной, так и заочной форм обучения, но наиболее ярко она обозначена для специализаций «Менеджмент на воздушном транспорте», «Управление персоналом

организации воздушного транспорта», «Правовое обеспечение деятельности системы воздушного транспорта», «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе», «Сервис в сфере транспорта».

В исследовании проведен анализ и обобщение наиболее значимых компетенций специалиста коммуникационной сферы для современного рынка труда в авиационной отрасли. Современная коммуникационная сфера относительно новая область знаний в современной России [13]. Коммуникация стремительно проникает во все сферы жизнедеятельности современного общества и поэтому общество нуждается в специалистах-коммуникаторах, к которым относятся специалисты по рекламе и связи с общественностью, менеджеры, управленцы, работники сервиса и все другие, деятельность которых связана с процессами межличностной и деловой коммуникации. Сегодня в мире стремительно возрастает потребность в специалистах, способных эффективно выстраивать и управлять коммуникационными процессами, а рынок труда констатирует, что уровень развития навыков коммуникации имеет в настоящее время даже преимущество перед техническими навыками профессионала и выводит их на ведущее место [14; 15].

В результате исследования определен комплекс навыков, актуальных и востребованных в стремительно развивающемся мире, которые уже сейчас и в будущем станут необходимостью, а не конкурентным преимуществом, как в недалеком прошлом.

В числе профессионально-важных качеств в коммуникативной сфере для специалиста гражданской авиации мы видим:

- аккуратность, организованность, ответственность, пунктуальность, дисциплинированность, педантичность;
- способность к мобилизации в сложной ситуации;
- умение организовать продуктивное общение (точность речи, логичность, выразительность, ясность и доступность);
- общительность, доброжелательность, открытость;
- инициативность, тактичность, гибкость;
- работа в условиях неопределенности;
- дифференцированное восприятие информации;

- самоконтроль, способность к самонаблюдению, способность к самообучению;
- способность организовывать свою деятельность в условиях большого потока информации и разнообразия поставленных задач;
- клиентоориентированность и работа с людьми;
- помехоустойчивость внимания, переключаемость внимания, объём внимания;
- мышление – аналитичность, ассоциативность, образность, предметность;
- развитые свойства памяти, внимание к деталям, внимание к людям;
- умение чётко, кратко и доступно формулировать информацию;
- сохранение работоспособности при развивающемся утомлении;
- мультикультурность и мультиязычность;
- устойчивость к воздействию неблагоприятных факторов профессиональной деятельности;
- способность чётко действовать в экстремальных ситуациях, умение решать проблемные ситуации в короткие сроки;
- способность переносить психическое напряжение;
- знание английского или другого иностранного языка;
- умение находить нужные знания и применять их при коммуникации;
- умение прогнозировать ситуацию и др.

Выявленные в исследовании коммуникативные качества специалиста гражданской авиации необходимо формировать в процессе обучения, в том числе, используя средства, методы и технологии дисциплины «Физическая культура», например, спортивные и подвижные игры, участие в спортивных соревнованиях различного масштаба, специальные физические упражнения в плавании, легкой атлетике, фитнесе, единоборствах, лыжной подготовке и т.д., подготовка в соавторстве тезисов, статей и выступление на студенческих научно-методических конференциях по проблемам физической культуры и спорта и т.п.

Таким образом, исследование компетенций авиационных специалистов в области коммуникации позволило сформировать ключевой набор умений и навыков, востребованных в ближайшем будущем: способность к межличностной и деловой коммуникации, менеджмент, адаптивность,

лидерские навыки, инициативность, высокая ответственность и функциональность, «гибкость», умение решать поставленные цели, способность мыслить критически и др.

Заключение. На рынке труда успех выпускника авиационного вуза по профилям подготовки, в основе которых лежат профессиональные коммуникативные компетенции, зависит не только и не столько от технических компетенций, сколько от его коммуникативной культуры. Развитие системы гибких навыков коммуникации является способом преодоления вызовов современного кризиса и является трендом современного высшего профессионального образования в соответствии с государственным образовательным стандартом нового поколения 3++. Считаем, что в гражданской авиации важно не просто осваивать, но и создавать новые технологии и соответствующие им компетенции, продвигать креативные идеи, обеспечивая глобальные достижения российского авиационного транспорта.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Волкова Л.М., Голубев А.А., Евсеев В.В. Коммуникации, безопасность в гражданской авиации. Технологии PR и рекламы в современном обществе. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 36-38.
2. Шалупин В.И., Родионова И.А., Романюк Д.В. Средства повышения профессионально важных качеств студентов-специалистов управления на воздушном транспорте (УВД) гражданской авиации. Инновации и традиции в современном физкультурном образовании. 2020. С. 199-203.
3. Голубев А.А., Евсеев В.В., Родионова И.А., Устинова О.Н., Шалупин В.И. Социально-педагогический аспект профессионально-прикладной физической подготовки студентов вузов. СПб., 2020.
4. Евсеев В.В., Волкова Л.М., Погодина В.Л. Профессиональное и личностное развитие: культурологические аспекты динамики образовательной среды вуза. Коммуникативные стратегии информационного общества. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. С. 355-359.
5. Шипунова О.Д. Инфосфера коммуникации в контексте современной науки // Коммуникативные стратегии информационного общества Труды X Международной научно-теоретической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 40-42.
6. Поздеева Е.Г., Тростинская Е.Г., Евсеева Л.И. Проблемы формирования профессиональной ответственности инженера в условиях современной инновационной деятельности. Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного

политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2018. Т. 9. № 3. С. 57-65. DOI: 10.18721/JHSS.9306

7. Евсеева Л.И., Евсеев В.В., Волкова Л.М., Голубев А.А. Трансформация информационно-коммуникативной среды в вузовском образовании. Современная педагогика: теория, методика, практика. Сборник материалов II международной очно-заочной научно-практической конференции. Издательство НИЦ «Империя» (Москва). 2018. С. 206-210.

8. Парфененкова В.Ю., Смирнов М.В., Некрасова А.И., Трофимова Е.С. Тенденции изменения взаимоотношений между преподавателями и студентами в условиях цифрового общества. Технологии PR и рекламы в современном обществе. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. С. 247-253.

9. Руденко А.А. Использование PR-технологий в автомобильном бизнесе. Технологии PR и рекламы в современном обществе. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. С. 300-304.

10. Устинова О.Н., Сущенко В.П., Бякова Т.Г., Яичников И.К. Подходы к решению проблемы адекватной рекреации в преодолении возрастных барьеров современных поколений. Рекреационный инжиниринг в парадигме спортивно-педагогического процесса. СПбПУ. 2014. С. 41-50.

11. Кривоносов А.Д., Аксенов С.В., Бомбин А.Ю., Виноградова К.Е., Воспитанник И.В., Вострикова И.Ю., Герасимов С.В., Гончаренко М.В., Данилова Н.И., Кармалова Е.Ю., Кашук А.А., Королева Н.И., Кудрявцева М.Е., Медведников С.А., Пряхина А.В., Савельева И.Ю., Семенова Л.М., Смирнова А.А., Соина Д.С., Сыркина А.Н. и др. Профессиональные компетенции специалиста по коммуникациям XXI века. Коллективная монография / Санкт-Петербург, 2021. – 227 с.

12. Семенова Л.М. Технологическое обеспечение профессионально ориентированной подготовки специалистов коммуникационной сферы/ Российская пиарология: тренды и драйверы. СПб., 2021. С. 90-96.

13. Коновалова А.А., Васильева О.О. Современные тенденции маркетинговых коммуникаций в социальных сетях. Технологии PR и рекламы в современном обществе. Инженеры смыслов: трансформация компетенций и мировые вызовы коммуникационной отрасли. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. С. 204-208.

14. Шипунова О.Д., Евсеева Л.И. Информационно-коммуникативная среда образовательного пространства. Технологии PR и рекламы в современном обществе. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. С. 400-403.

15. Арканникова М.С. Стратегические коммуникации в контексте культуры социальных инноваций «Университета 4.0». Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2019. Т. 10. №4. С. 86-93.

СИМУЛЯКР, ФЕЙК, ДИПФЕЙК: ПРОГРЕСС ИЛИ РЕГРЕСС?

SIMULACRUM, FAKE, DEEPFAKE: IS IT PROGRESS OR REGRESSION?

Е.М. Гашкова,

Санкт-Петербургский государственный университет

(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: e.gashkova@spbu.ru

E.M. Gashkova,

St. Petersburg State University

(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. Автор рассматривает изменения, происходящие в виртуальной реальности, связанные с развитием технологий GAN – генеративно-сопоставительных нейросетей. Возможности искусственного интеллекта (ИИ) возрастают стремительно, простота и доступность использования нового инструментария порождает угрозы безопасности отдельной личности и целых государств. Симулятивная природа виртуальной реальности подталкивает субъекта к отрицанию реальности в настоящем; фейк становится обычным медиапродуктом для коммуникации. Происходит слияние естественного и искусственного интеллекта, создаются новые киберфизические системы. Появление дипфейков – путь к созданию цифровой модели личности, её подделке. Подлинность происхождения дипфейков трудно определить без специальных средств, поэтому возникает необходимость правового регулирования. Усиление контроля и открытости в условиях пандемии требует не только кибербезопасности, но и реформирования моральных императивов. Технологический прогресс опережает гуманитарную трансформацию человека, потому настоящей защитой, как и в эпоху Просвещения, будет: разум, наука, опыт осознанной критики и скептицизм.

Abstract. The author examines the changes taking place in virtual reality associated with the development of GAN technologies – generative-adversarial neural networks. The capabilities of artificial intelligence (AI) are increasing rapidly, the simplicity and accessibility of using new tools creates threats to the security of an individual and entire states. The simulative nature of virtual reality pushes the subject to deny the reality of the present; fake becomes a common media product for communication. There is a merger of natural and artificial intelligence, new cyber-

physical systems are being created. The appearance of deepfakes is the way to create a digital model of personality, its forgery. The authenticity of the origin of the deepfakes is difficult to determine without special means, so there is a need for legal regulation. Strengthening control and openness in the context of a pandemic requires not only cybersecurity, but also reformatting moral imperatives. Technological progress is ahead of the humanitarian transformation of man, therefore, the real protection, as in the age of Enlightenment, will be: reason, science, the experience of conscious criticism and skepticism.

Ключевые слова: ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ, КИБЕРПРОСТРАНСТВО, ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ, GAN-ТЕХНОЛОГИИ, СИМУЛЯКР, ФЕЙК, ДИПФЕЙК, ПРОГРЕСС

Keywords: VIRTUAL REALITY, CYBERSPACE, ARTIFICIAL INTELLIGENCE, GAN TECHNOLOGIES, SIMULACRUM, FAKE, DEEPFAKE, PROGRESS

Идеи философов, культурологов, политологов подвергаются существенной реформации. Виртуальная реальность развивается столь стремительно, что гуманитарии не успевают «переваривать» все произошедшие изменения. Да и самим гуманитариям скоро придётся потесниться под натиском всё крепчающего искусственного интеллекта (ИИ), умеющего теперь писать и картины, и стихи, и музыку.

Когда постмодернисты ввели в использование термин «симулякр», нам казалось, что уже все черты виртуального мира можно описать через раскрытие содержания/значения этого понятия. Поскольку именно термином «симулякр» стали обозначать копирование реальности, то создание таких объектов, которых (этих означаемых объектов) не имеется в реальности, привнесло в содержание термина установление не сходства, а различия с реальностью. В виртуальном мире происходит слияние субъекта и симулякра, а технологические успехи в создании всё более смешанных форм реальной и виртуальной действительности приводят в своеобразный тупик, где невозможно различить означающее и означаемое. Вернее, это не тупик, а скорее «зеркальный коридор», когда «...симулякр не есть знак в полном смысле понятия знака, но он сам может быть референтом по отношению к представляющему его знаку-симулякру следующего порядка. Симулякр начинается там, где заканчивается подобие. Там же и начинается виртуальная реальность, которая есть не что иное, как пространство симулякров» [1, С. 90].

Построение постмодернистских теорий позволяло сущностно разводить понятия модерна/постмодерна для объяснения современности, и не являлось указанием смены временной последовательности разных периодов. Так, Ж.-Ф. Лиотар в своей работе «Постмодерн в изложении для детей» [2], которая представляет собой письма, адресованные детям знакомых, подчёркивает, что идея освобождения человечества, разработанная философами французского Просвещения и воплощённая во Французской революции 1789-94 гг. не может быть реализована в силу невиданного ранее усложнения. Человечество оказалось вовлечено в гонку безудержного накопления объектов практики и мышления, а развитие всевозможных технонаук «сделалось недугом», а не освобождением человечества [2, С. 109]. Именно рост и развитие общества с помощью всевозможных «научно-технических средств» приводит это самое общество в глобальную систему с особой «постмодернистской» ситуацией в культуре и в мироощущении [3, С. 9].

Симулятивная природа знака приобретает онтологический статус, знак творит реальность, становится самостоятельным. «Преступление и насилие менее серьезны, потому что они не оспаривают *распределение* реального. Симуляция же бесконечно опаснее, так как, независимо от своей цели, позволяет в любой момент сделать предположение, что *порядок и закон сами могут быть всего-навсего симуляцией*» [4, С. 32].

Да, признать, что знак не принадлежит реальному миру, равноценно признанию, что в газете «Правда» напечатана ложь. Собственно, это и стало происходить в виртуальной реальности. Фейк становится новым видом коммуникации, которая, по сути своей, ею (коммуникацией) не является. «Фейковая» коммуникация, тот вид передачи информации, когда информации нет, вернее она – информация – является ложью, обманом, фальшью, «фейком». Ценностью становится сам процесс передачи, некая «игра в коммуникацию». Однако мы понимаем, что для успешного функционирования общества такой тип коммуникации является тупиком [5]. Интернет-пространство тем не менее не просто становится своеобразным «полигоном» для продуцирования, вбрасывания и функционирования фейковой коммуникации, но и становится угрозой не только личной безопасности, а и безопасности корпораций и даже целых государств.

К сожалению, обычный фейковый обман, использование ложных сведений уже никого не удивляет. Мы приучились к индивидуальным нормам кибербезопасности, а крупные корпорации стали иметь собственные службы, департаменты и отделы по проверке и защите данных. Очередной вызов киберпреступности и новая сфера для мошенничества – использование технологии создания дипфейков (английский вариант: deepfake). Развитие кибертехнологий, а именно, появление комплексов алгоритмов на основании GAN (Generative Adversarial Network – генеративно-сопоставительные нейросети) делает дипфейки частью виртуальной реальности, используемых в разных целях.

Дипфейк – это видео/изображение/аудиозапись, которые были обработаны с использованием GAN. Получается некая «синтетическая» форма медиапродукта, когда существующее изображение или видео соединяется (накладывается) с контентом, созданным искусственным интеллектом. Дипфейки имитируют реальных людей, лица, движения, голоса так точно, что их невозможно отличить от оригинала. Изначально цель была благородная: создать алгоритм машинного обучения по сопоставительному принципу без учителя. Сопоставительное обучение ставило задачу пройти тест Тьюринга (1950г.), в результате которого при ответах на вопросы испытуемого не должно быть понятно, с кем испытуемый общался: с машиной или с человеком? То есть сверхзадача теста: ЭВМ/компьютер/программа должны ввести испытуемого в заблуждение. И это получилось!

Сначала для служебного пользования среди программистов, потом для «прикола», розыгрыша и шуток над «звёздами» кино и шоу-бизнеса, наконец для компроментации политиков дипфейки вошли в киберпространство как обычная технология. Наверняка каждый использовал программы/маски в своём смартфоне для «улучшения» образа или, наоборот, наложения возраста, чтобы увидеть себя или друзей в старости. Казалось бы, что плохого от таких шуток и игры, но некоторые явно были за гранью моральных норм (в порноролики вставляли лица известных актёров-звёзд), а вскоре дипфейки стали криминальными.

При технологической продвинутости и простоте применения для создания дипфейка необходим лишь доступ к видео или аудиозаписи того человека, которого вы хотите подделать. Неудивительно, что корпорации и

государства озаботились проблемой кражи персональных данных и онлайн-личности (аватара). Так, в 2020 году в США, в штате Калифорния, был принят первый закон о дипфейках. Закон криминализирует дипфейки не помеченные специальным кодом, указывающим его источник, а также декларирует на будущее разработку средств обнаружения дипфейков и разработку плана дальнейших исследований. Отдельные штаты уже принимают законы об оказании поддержки жертвам дипфейков.

СМИ активно обсуждают угрозы от дипфейков, сайт «Лаборатории Касперского» даёт рекомендации о необходимости информирования как устроены дипфейки; как распознать их; повысить медиаграмотность пользователей; соблюдать основы безопасности в использовании голосовой почтой, видеозвонками и прочее [6]. Само создание дипфейков не есть какая-то особая опасность, но технологическое упрощение процесса, его автоматизация ведёт к скорости создания и доступности для круга лиц с низкими компетенциями и с безнравственными целями; снижается возрастной порог входа в этот вид деятельности. Методы социальной инженерии используются преступниками разных уровней для своих афер: от банального обмана по телефону и доступа к базам данным банков, (например, для получения кредита) до распространения дезинформации в СМИ. Использование дипфейков в политике способно не только разрушить карьеру и репутацию, но даже изменить политический курс отдельной страны. «Специфика жизненного мира социума в цифровую эпоху определяется динамикой мультимедийной среды, в которой постоянное размножение виртуальных интеракций и смарт технологий оборачивается для человека проблемой когнитивной ориентации в информационном поле. Модели идентификации личности в новом ракурсе киберантропологии конструируются на базе принципов создания мультиагентной системы, погруженной в инфосферу окружающего мира» [7, С. 1].

Дипфейк может не просто «оживить» поддельную личность, но и создать/синтезировать новую личность из данных и сведений о нескольких людях. В медиаиндустрии и рекламе такие синтетические личности уже существуют: модели, артисты, исполнители. Дипфейки умерших «звёзд» выступают в концертах (М. Джексон) или становятся комментаторами своего творчества на проходящей выставке (С. Дали). Ещё живущие, но постаревшие

артисты, создают дипфейки самих себя в молодости для записи новых выступлений (ABBA); крупные корпорации создают рекламные продукты с известными мем-героями мультфильмов и кинофильмов, как, например, Сбербанк использовал образ Жоржа Милославского из фильма Леонида Гайдая.

В этом «смешанном» мире, где соединяется реальное бытие и симулякр/фейк/дипфейк особенно остро стоит вопрос о самоидентичности личности [8]. Искусственный интеллект не обладает этическими характеристиками, компьютер не наделён свободой воли, не несёт ответственности за свои действия. От создания цифровой модели личности/дипфейка – до появления «киборгов» или «аниматов» – один шаг [9]. Интеллект – это способность ставить себе цели и решать задачи в меняющемся мире, а естественный он или искусственный, определяется носителем. Искусственный интеллект и почти безграничный массив облачных образовательных ресурсов порождают когнитивный вызов – требование постоянного поиска и выбора релевантного и интересного контента, высоких скоростей его обработки. Но, как отмечают многие аналитики, ИИ не способен создавать нестандартное, для него недостижим уровень креативности людей, когда почти мгновенно (инсайт) находится решение задач с бесконечной размерностью вариантов выбора. Эта характеристика называется аффорданс (возможность, от англ. afford – «быть в состоянии») [10].

Варианты использования интеллекта, как и различных оцифрованных данных, могут вести как к нравственным, так и к безнравственным целям. Существование в условиях пандемии заставило человечество перейти в особые условия контроля и открытости. Государства, в лице своих институтов, видят все оцифрованные данные, получают ко всему этому доступ, но далеко не всегда гарантируют безопасность и конфиденциальность. Происходит на наших глазах, как считает И. Шнуренко: «взлом человека и контроль над его личностью» [11]. Несмотря на то, что автор книги «Четвертая промышленная революция» Клаус Шваб придерживается совершенно противоположной точки зрения и считает цифровизацию безусловным благом, и дорогой прогресса, но он также опасается сверхвласти государства. «...Ключевой момент состоит в следующем: технологии будут все более наделять граждан полномочиями, давая им новый способ выражать свои мнения,

координировать усилия и, возможно, находить пути для обхода государственного надзора. Я говорю «возможно», потому что вполне может оказаться верным и противоположное, то есть усиление надзора и чрезмерная власть государственных органов благодаря новым технологиям наблюдения» [12, С. 56].

Соблюдение этических принципов и моральных норм могло бы спасти человечество от всех проблем, но это лишь утопическая констатация со времён Просвещения. Однако не всё так плохо, как мы себе представляем. Несмотря на все вызовы современного мира, прогресс не остановить. Человечество обречено идти по пути гуманизма, науки, разума. «Да, стоящие перед человечеством проблемы огромны, но все они решаемы, если мы, продолжая дело Просвещения, используем для этого разум, доверяем науке и руководствуемся идеалами гуманизма» [13]. Но не будем столь прекраснодушны как автор научно-популярного бестселлера, ведь скептицизм, критическое мышление и опыт осознанной критики – также являются просвещенческими чертами, от которых не стоит отказываться.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Емелин В.А. Симулякры и технологии виртуализации в информационном обществе // Национальный психологический журнал. – 2016. – №3(23). – С.86-97. doi: 10.11621/npj.2016.0313
2. Лиотар Ж.-Ф. Постмодерн в изложении для детей. Письма 1982-1985 / Пер. с фр., примечания и общая редакция А.В. Гараджи. М.: Рос. гос. гуманит. ун-т, 2008. – 145 с.
3. Дианова В.М. Постмодернистские концепты как познавательные стратегии // Философское образование. – 2016. – №1(7). – С. 5-16.
4. Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляции / Ж. Бодрийяр; [пер. с фр. А. Качалова]. – М.: Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. – 240 с. – (Технология свободы).
5. Гашкова Е.М. «Фейковая» коммуникация и социальный театр // Субкультуры и коммуникативные стратегии информационного общества. Труды Международной научно-практической конференции. СПб.: Изд-во СПбПУ Петра Великого, 2014. – С. 28-29.
6. «Лаборатория Касперского» – Официальный сайт. URL: https://www.kaspersky.ru/about/press-releases/2021_laboratoriya-kasperskogo-i-vtb-ocenili-obuyomu-onlajn-moshennichestva-v-pervom-polugodii-2021-goda (дата обращения 10.11.2021).
7. Shipunova O. Technologies and Media Environment of Information Society // Technology and Language 2021. 2(3). 1-7 <https://doi.org/10.48417/technolang.2021.03.01>

8. Gashkova E.M., Berezovskaya I.P., Shipunova O.D. Models of self-identification in digital communication environments // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. Edited by: Ardashkin I.B., Martyushev N.V., Klyagin S.V., Barkova E.V., Massalimova A.R. & Syrov V.N., Published by the Future Academy, 2018, p. 374-382. DOI: 10.15405/epsbs.2018.02.44
9. Редько В.Г. Эволюция, нейронные сети, интеллект. Модели и концепции эволюционной кибернетики. № 23. Изд.10. – М.: URSS, 2019. – 224 с.
10. Малоизвестное интересное. Авторский канал Сергея Карелина о прорывных исследованиях, идеях и гипотезах на стыке естественных и гуманитарных наук. URL: https://zen.yandex.ru/media/the_world_is_not_easy/otkryta-teoriia-otnositelnosti-intellekta-biologicheskogo-i-mashinnogo-61891d67ac5ab756704198c6 (дата обращения 10.11.2021)
11. Шнуренко И. Человек взломанный. М.: Издательство «Наше завтра», 2021. – 456 с.
12. Шваб К. Технологии четвертой промышленной революции. – М.: Эксмо, 2019. – 320 с.
13. Пинкер С. Просвещение продолжается. В защиту разума, науки, гуманизма и прогресса. М.: Издат. группа URSS, 2021. – 626 с.

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ СЕТЕВОГО НЕРАВЕНСТВА

NETWORK INEQUALITY FACTORS OF FORMATION

А.Г. Танова,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: tanovaann@mail.ru

A.G. Tanova,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. В данной статье автор исследует переход социального неравенства из сферы реальной в сферу виртуальную. Этот переход был определен бурным развитием информационно-коммуникационных технологий в последние годы XX века. С ростом числа интернет-пользователей появляется необходимость изучать взаимодействие между ними в процессе онлайн-коммуникации. При некотором сглаживании социального неравенства мы видим, что в интернете выстраивается новое сетевое неравенство. Оно может быть описано с позиций теории «цифрового разрыва», под которым понимается цифровое неравенство как отдельный вид неравенства, обусловленного развитием новых информационно-информационных технологий. Положение индивида в сетевом мире может определяться различными факторами, в том числе доступом к ресурсам модерации или формирования рейтингов или другими системами доминирования.

Abstract. In this paper, the author studies the transition of social inequality from the real to the virtual. This transition was determined by the rapid development of information and communication technologies in the last years of the XX century. With the growing number of Internet users, it becomes necessary to study the interaction between them in the process of online communication. With some smoothing out of social inequality, we see that a new network inequality is being built on the Internet. It can be described in terms of the digital divide theory. An individual's position in the networked world can be determined by various factors, including access to moderation resources or domination rating systems.

Ключевые слова: СЕТЕВОЕ НЕРАВЕНСТВО, СОЦИАЛЬНОЕ НЕРАВЕНСТВО, СЕТЬ ИНТЕРНЕТ, РЕСУРСЫ, КОММУНИКАЦИЯ, ЦИФРОВОЙ РАЗРЫВ

Keywords: NETWORK INEQUALITY, SOCIAL INEQUALITY, INFORMATION, INTERNET, RESOURCES, COMMUNICATIONS, DIGITAL DIVIDE

В XXI веке тема социального неравенства и стратификации несомненно остается одной из центральных в фокусе исследования социологической науки [1; 2; 3]. Но в эпоху бурного развития сети интернет на передний план выходит не только социальное неравенство, обусловленное положением индивидов и отдельных групп в социальной иерархии общества, но и сетевое неравенство, проявляющееся в разных формах.

Очевидно, что с 1990-х годов мировые темпы и масштабы развития сети интернет свидетельствуют о бурном росте информационно-коммуникационных технологий и указывают на их все возрастающее влияние на разные стороны жизни общества. Один из самых известных западных социологов, обративших свое внимание на изучение виртуального пространства – Мануэль Кастельс указывает на то, что «последние годы второго тысячелетия стали свидетелями лавинообразного роста обращения к Интернету как к системе коммуникаций и организационной структуре. В конце 1995 года, открывшего эру повсеместного приобщения к Всемирной паутине, в мире насчитывалось около 16 миллионов абонентов компьютерных сетей связи. В начале 2001 года их было уже свыше 400 миллионов; достоверные прогнозы на 2005 год дают цифру порядка 1 миллиарда пользователей, а к 2010 году мы можем достичь отметки в 2 миллиарда» [4, С. 15].

Данные статистики также свидетельствуют о том, что при численности населения Земли 7,83 миллиарда человек почти 60% мирового населения (4,66 миллиарда человек) используют интернет, в том числе мобильные устройства используют 67% мирового населения (5,22 миллиарда человек), а пользователями социальных сетей является более половины населения планеты (54% населения или 4,2 миллиарда пользователей), имея аккаунты на одной или нескольких платформах [5].

При таком значительном сейчас и имеющем дальнейшие тенденции к росту в будущем числе интернет-пользователей, по мнению Ю.Г. Рыкова, становится актуальной проблема взаимодействия между участниками коммуникации в виртуальном пространстве и дополнительного изучения

требуют те структуры, которые формируются вследствие такого взаимодействия [6], а значит, на передний план выходит проблематика сетевого неравенства.

По мнению этого ученого [6], среди исследователей, затрагивающих тематику неравенства в глобальной сети интернет, нельзя не упомянуть следующих. Так, М. Кастельс [4] и Б. Веллман [7] делают акцент на сетевой форме организации структуры и взаимодействия участников онлайн-сообществ. Здесь можно говорить и о возникающем социальном противоречии, порожденным бурным развитием информационно-коммуникационных технологий: с одной стороны, интернет, по М. Кастельсу, это сфера «свободы» и «личного творчества», он сглаживает существующее социальное неравенство, формируя преимущественно горизонтальные отношения, в основу которых заложены равенство участников и свобода общения в сети. С другой стороны, «всемирная паутина» превращается в «источник и критерий» нового социального неравенства, в условиях которого целые районы внутри отдельных стран, государства и регионы мира остаются не включены в мировую экономическую или политическую систему, если их локальные системы не являются частью всемирной информационной коммуникационной сети интернет.

Таким образом, делает вывод М. Кастельс, привычное нам социальное неравенство трансформируется в новое по форме и содержанию – технологическое, география распространения которого может быть очень неоднородной, когда население целых регионов получает доступ к цифровым технологиям в различные сроки, что и составляет «критически важный источник неравенства» в современном мире. Лишенные этого ресурса регионы в культурном и пространственном отношении не обязательно формируют единое целое, они могут находиться и в центре больших городов, и в отдаленных от центра районах [8].

Говоря про распространенность доступа к сети интернет в мире, М. Кастельс уточняет, что отдельные точки мирового пространства являются отдельными точками технологического прорыва, в которых сложилась подходящая для его реализации «инновационная среда». В этой среде происходит интенсивный интерактивный обмен идеями и опытом, при этом они не отделены одни от других, а являются квинтэссенцией развития и

применения технологий постановки и решения каких-либо насущных технологических проблем, вовлекая и стимулируя развитие, изменение сознания, ментальности во всех сферах жизни общества, включая экономику и политику [9].

Также сетевое неравенство может быть рассмотрено с позиций теории «цифрового разрыва», близкой к тем положениям, которые уже были отмечены в работах М. Кастельса [4; 8]. Так, ее основные постулаты сводятся к тому, что неравномерное распределение доступа к сети интернет среди жителей планеты само по себе является ценным ресурсом и может привести к минимизации их шансов на успех в пользовании социальными лифтами.

В частности, М.А. Положихина, занимается анализом данных Индекса развития информационно-коммуникационных технологий по странам мира и Индекса готовности к информационному обществу регионов России [10]. В своей работе она использует термин информационно-цифровое неравенство, именно так автор трактует термин «digital divide», понимая под ним «информационно-цифровое неравенство как определенный вид неравенства, обусловленного именно развитием новых ИКТ» [10, С. 121]. М.А. Положихина выделяет межличностное и глобальное информационно-цифровое неравенство в зависимости от уровня взаимодействия индивидов.

Говоря о межличностном информационно-цифровом неравенстве, этот исследователь отмечает, что ООН в 2011 году отнесла доступ к сети интернет к базовым правам человека, и без этого доступа реализация права человека на труд, участие в управлении обществом становятся практически невозможными. Цифровое неравенство усугубляет и другие формы неравенства в отдельном регионе. Глобальное информационно-цифровое неравенство усиливает, соответственно, экономическое и социальное неравенство в мире в целом, вызывая новый рост нестабильности.

Также М.А. Положихина говорит о том, что уровень информационно-цифрового неравенства зависит от ряда экономических и социальных факторов. К социальным она относит возрастные, образовательные, гендерные, имущественные и культурные факторы [10, С. 122] и отмечает, что у индивидов, проживающих в сельской местности, имеющих низкий уровень образования и доходов будет меньше возможностей пользоваться

информационно-коммуникационными технологиями, чем у жителей городов с высоким уровнем образования и доходов.

Уровень образования также влияет и на то, для каких целей преимущественно используется сеть интернет. Так, чем выше уровень образования, тем чаще интернет используется для достижения рабочих и образовательных целей или для реализации социального и политического участия, а не для развлечения и коммуникации.

К экономическим факторам М.А. Положихина относит уровень цен на компьютеры, ноутбуки, планшеты, мобильные телефон и стоимость услуг связи, причем второе имеет тенденцию к снижению [10, С. 124].

Как отмечает тот же М. Кастельс, главный результат информационно-технологической революции в сети Интернет заключается в том, что она сделала возможным «немедленное применение к своему собственному развитию технологий, которые она [технологическая революция] создает, связывая мир через информационную технологию» [8, С. 53]. Следовательно, возникает новый источник и критерий социального неравенства, которого раньше не было – наличие или отсутствие возможности доступа к мировой информационной системе национальных экономик целых регионов и даже континентов современного мира.

Другие исследователи, например, А.Б. Скуратов [11] и Рождественская [12], изучая иерархическую структуру сообществ в сети интернет, отмечают, что преимущественное положение в иерархии онлайн-сообществ прежде всего получают те пользователи, которые имеют доступ к таким ресурсам, как модерация или формирование рейтингов.

Рассуждая о неравенстве в онлайн-пространстве, можно также отметить позицию Б. Хогана [13] и других, затрагивающих проблематику онлайн-лидерства, в фокусе которой оказываются наиболее влиятельные, доминирующие участники сетевой коммуникации, а не привычные нам межличностные связи человека с человеком или человека с вещью [14].

Какие еще изменения в социальной структуре становятся реальными? Расширение горизонтальных социальных связей вызвано тем, что коммуникация, опосредованная различными техническими средствами, породила большое количество виртуальных сообществ, создала возможности для выстраивания социального действия и политики вокруг различных

идентичностей, охватывая весь спектр человеческой коммуникации – от бизнеса до экономики, и от социально-культурной жизни – до политики [15; 16].

Исходя из всего вышеизложенного, можно сделать главный вывод о том, что при перенесении коммуникации в сети интернет социальное неравенство не исчезает, а начинает проявляться посредством дифференциации пользователей внутри различных онлайн-сообществ. Таким образом, вопросы, за какие именно ресурсы происходит борьба среди пользователей онлайн-платформ, в каких именно формах предстает неравенство в виртуальной среде и в какой степени оно вообще проявляется, представляют несомненный интерес для дальнейшего изучения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Осипова Н.Г. Социальное неравенство в современном мире // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2019. Т.25. № 4. С. 124-153.
2. Полякова Н.Л. Оформление социального неравенства в практиках повседневности: историческая перспектива // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2018. Т. 24. № 4. С.7-25.
3. Мартыненко Т.С. Глобальное неравенство в современных социальных теориях XX — начала XXI в. // Современная социология: ключевые направления и векторы развития / Под общ. ред. Н.Г. Осиповой. М., 2018.
4. Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновой. Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004.
5. Digital 2021: главная статистика по России и всему миру. [Электронный ресурс]. URL: <https://spark.ru/user/115680/blog/74085/digital-2021-glavnaya-statistika-po-rossii-i-vsemu-miru>
6. Рыков Ю.Г. Сетевое неравенство и структура онлайн-сообществ // Журнал социологии и социальной антропологии. 2015. Том XVIII. № 4 (81). С. 144-156.
7. Wellamn B. Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking, *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(2), 2001, pp. 227–252.
8. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. Под науч. ред. О.И. Шкаратана; Гос. ун-т. Высш. шк. экономики. М., 2000.
9. Танова А.Г. Сетевое общество: характеристики и факторы формирования. Актуальные проблемы современной политической науки. Вып. 15: Сборник научных трудов / Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2020. С. 102-108.

10. Положихина М.А. Информационно-цифровое неравенство как новый вид социально-экономической дифференциации общества // Экономические и социальные проблемы России: Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. экономики; Ред. кол.: Макашева Н.А., гл. ред., и др. М., 2017. - №2: Неравенство в современном мире: Экономический и социальный аспекты / Ред.-сост. вып. Пряжникова О.Н. – 142 с.

11. Скуратов А.Б. Локальные Интернет-сообщества крупного российского города: социально-стратификационный анализ: Автореф. дис. канд. социол. наук. Екатеринбург, 2009.

12. Рождественская Е., Семенова В. Киберэтнография виртуального сообщества: анализ туристского форума // «ИНТЕРакция. ИНТЕРвью. ИНТЕРпретация. 2014. №7. С. 22-43.

13. Hogan B. Analyzing social networks via the Internet, in *The Sage Handbook of Online Research Methods*, ed. by N. Fielding, R. Lee, G. Blank. Thousand Oaks, CA.: Sage, 2008, pp. 141-160.

14. Evseeva L.I., Obukhova Yu.O., Tanova A.G Network technologies and the new perception of communication. *Proceedings of 4th international multidisciplinary scientific conference on social sciences and arts SGEM, 28-31 March, 2017. Extended Scientific Sessions. Vienna, Austria. HOFBURG Congress Centre. Publishing STEF92 Technologies, 2017. Vol.1. DOI: 10.5593/SGEMSOCIAL2017/HB61/S7.07*

15. Тимерманис И.Е., Евсеева Л.И., Шипунова О.Д. Коммуникативное пространство легитимации политической системы в условиях сетевого общества. *Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение. 2015. № 6 (149). С. 26-35.*

16. Shipunova O.D., Timermanis I.E., Evseeva L.I. Political System Legitimation in Network Society. *Review of European Studies, 2014, Vol. 6, No. 4. Published by Canadian Center of Science and Education. Pp. 69-73. doi:10.5539/res.v6n4p69*

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ: ПЕРСПЕКТИВЫ И НОВЫЕ
СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ**

**DIGITALIZATION OF EDUCATION: PROSPECTS AND NEW
SOCIAL PROBLEM**

С.М. Елисеев,

Университет при Межпарламентской ассамблее ЕврАзЭС

(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: Eliseevprof@gmail.com

S.M. Eliseev,

University by the Eurasec Interparliamentary Assembly

(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. Статья посвящена новому тренду в образовании – процессам цифровизации. Целью статьи является анализ влияния процессов цифровизации на трансформацию системы образования в РФ. По мнению автора, в условиях цифровизации открываются новые возможности и появляются новые социальные проблемы, связанные с развитием цифровой культуры и внедрением цифровых навыков в социальную жизнь. Традиционная система образования, в центре которой находится преподаватель, трансформируется в новую, в центре которой будет располагаться ученик, с его индивидуальными способностями, возможностями и запросами. Цифровая революция в образовании влечет за собой не только новые возможности, но и новые социальные проблемы, которые необходимо будет решить в ближайшее десятилетие.

Abstract. The paper is devoted to a new trend in education – the process of digitalization. The purpose of the paper is to analyze the impact of digitalization processes on the transformation of the education system in the Russian Federation. According to the author, in the conditions of digitalization, new opportunities open up and new social problems arise related to the development of digital culture and the introduction of digital skills into social life. The traditional education system, with the teacher at its center, is being transformed into a new one, with the student at its center, with their individual abilities, capabilities, and needs. The digital revolution in education entails not only new opportunities, but also new social challenges that will need to be addressed in the next decade.

Ключевые слова: ЦИФРОВИЗАЦИЯ, ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА, АДАПТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Keywords: DIGITALIZATION, DIGITAL CULTURE, ADAPTIVE LEARNING, SOCIAL PROBLEMS

Мир переступил порог четвертой индустриальной революции [1]. Первая промышленная революция была связана с механизацией производства, вторая – с использованием электричества и конвейеров, третья – с электроникой и автоматизацией. Четвертая опирается на достижения в области Интернета вещей, средств связи, машинного обучения, промышленных и бытовых роботов, на развитие новых моделей и сценариев взаимодействия, которые поддержаны цифровыми технологиями.

В настоящее время вектор мирового развития характеризуется существенным влиянием на него процессов цифровизации. Под цифровизацией мы понимаем процесс изменения парадигмы того, как мы думаем, как мы действуем, как мы общаемся с внешней средой и друг с другом [2]. По своему содержанию процессы цифровизации предполагают возрастающие взаимодействия участников социальных процессов посредством современных электронных каналов связи; распространение электронных способов учета и хранения информации; снижение аналогового взаимодействия при росте цифрового; объединение физического и цифрового миров.

Распространение цифровых технологий ведет к качественным изменениям в сфере производства и на глобальных рынках. Эти перемены захватывают и сферу образования. Технологическая революция не только ставит перед образованием новые задачи, но и предоставляет технологии, помогающие их решению. Особую озабоченность в обществе вызывает усугубляющееся неравенство.

Цифровая трансформация образования приводит к изменению планируемых образовательных результатов, содержания образования, методов и организационных форм учебной работы, а также оценивания достигнутых результатов в быстроразвивающейся цифровой среде.

Проблема адаптации населения к внедрению цифровых технологий приобретает особую актуальность на фоне усиления цифрового неравенства.

По мнению многих ученых внедрение в систему образования цифровых технологий закономерно приведет к новым формам социального неравенства или цифровым разрывам [3; 4].

Можно выделить три вида социального неравенства или цифрового разрыва проявляющиеся в системе образования, это:

- традиционное неравенство, связанное с разными культурными и социальными возможностями детей, принадлежащих к разным социальным группам,

- технологическое неравенство, связанное с различиями в доступу к Интернету и к многочисленным приложениям и сервисам,

- неравенство между теми, кто использует цифровые технологии активно, для выполнения продуктивной, творческой работы, и теми, кто использует их пассивно, для выполнения традиционных рутинных функций.

По мнению экспертов, технологический цифровой разрыв можно будет преодолеть за счет развития информационных и коммуникационных технологий. В ближайшее десятилетие технологический цифровой разрыв скорее всего превратится из значимого фактора распространения неравенства в малозначимый [5, С. 36].

Относительно двух других цифровых различий прогнозы менее оптимистические. По мнению российских экспертов новый цифровой разрыв будет только увеличивать «традиционное» образовательное неравенство.

Сегодня мы наблюдаем стремительный рост онлайн образования во всем мире. В России также активно развивается этот сегмент образовательного пространства, но в его развитии есть ряд отличий от глобальных проектов.

«Во-первых, они ориентированы на разные рынки: западные проекты изначально делаются для глобального рынка и международной; российские проекты, как правило, нишевые и ориентированы на Россию, СНГ или в лучшем случае «русский мир»; Во-вторых, маркетинг: за западными проектами всегда стоит сильный «покровитель», российские проекты создают, как правило, фигуры не такого масштаба; в результате у иностранных проектов больше шансов на быструю раскрутку; В-третьих, скорость мышления и действия: российские проекты пока хронически опаздывают и, как правило, являются копиями западных образцов [6].

В определенной мере преодолеть указанные недостатки может помочь искусственный интеллект. Сегодня инновации искусственного интеллекта (ИИ) влияют на сферы, далёкие от мира технологий. Даже консервативная образовательная среда начинает активно использовать системы искусственного интеллекта. Внедрение искусственного интеллекта позволяет системе образования выйти на качественно новый уровень и ответить на те вызовы, которые адресует ей стремительно меняющийся рынок труда. Сегодня, согласно данным опроса Росстата и НИУ ВШЭ, «у выпускников университетов недостаточно практических навыков для работы, считает 91% российских работодателей, при этом более 25% выпускников получают избыточное образование, отмечается в исследовании» [7].

Следует признать, что подготовка преподавателей не успевает за современными требованиями образовательных стандартов, а высшее образование стало «всеобщим», но потеряло качество. Понимая это, в ряде стран (Великобритания, Сингапур, Германия), в последние годы активно идет пересмотр содержания образования со смещением акцентов с получения предметных знаний на развитие универсальных «навыков XXI века». В российском образовании также идет поиск ответов на вызовы цифровой революции XXI века. Традиционная система образования, в центре которой находится преподаватель, трансформируется в новую, в центре которой будет располагаться ученик, с его индивидуальными способностями, возможностями и запросами. Цифровая революция в образовании влечет за собой перестройку всей системы учебного процесса и трансформацию взаимоотношений между учеником и учителем.

Искусственный интеллект помогает сделать процесс обучения более разнообразным и эффективным, удобным для студента и преподавателя. Грядущая цифровая революция образования меняет его вековую парадигму. Вместо системы, где в центре находится преподаватель, приходит иная, где в центре находится студент. Эти изменения всё больше требований предъявляют к коллаборативному обучению – построенному на тесном взаимодействии учащихся или обучающегося и преподавателя между собой.

В новой образовательной парадигме преподаватель больше не является единственным источником знаний в аудитории. Он, скорее, дает ориентиры ученикам в море информации. Ученики становятся активными участниками

образовательного процесса, получаю больше свободы в выборе траектории своего развития. Искусственный интеллект открывает здесь новые возможности и перспективы. Назовем только некоторые из них: адаптивное обучение, персонализированное обучение, автоматическое оценивание, внедрение чат-ботов в учебный процесс, умный кампус-сервис, который отвечает на любые запросы студентов, связанные с учёбой и жизнью в студенческом городке: как найти лекционную аудиторию, зарегистрироваться на выбранный курс, связаться с профессором и т.д.

Остановимся более подробно на адаптивном обучении, которое многие исследователи считают одной из самых перспективных и многообещающих возможностей применения искусственного интеллекта в образовании. Адаптивные образовательные системы – это система образовательных информационно-коммуникационных технологий, которые в режиме реального времени реагируют на действия студента и в соответствии с полученной информацией предоставляют ему индивидуальную поддержку [Decoding Adaptive]. Основой адаптивного обучения является персонифицированный подход к студенту: ему предлагается изучать материал дисциплин в соответствии с его способностями и потребностями. Согласно С. Оксману и В. Вонгу [Oxman S., Wong W., 2014], главной целью адаптивного обучения является «улучшение образовательных результатов обучающихся, с использованием искусственного интеллекта и возможностью автоматизации данного процесса. Для этого адаптивные обучающие системы, во-первых, отделяют то, что студенты уже знают, от того, что им неизвестно, и, во-вторых, они используют характеристики самих студентов, чтобы предложить подходящий учебный материал» [8; 10].

К эффектам адаптивного обучения можно отнести: повышение мотивации [8] и вовлеченности студентов к обучению, улучшение образовательных результатов [9], подготовка обучающихся к выходу на рынок труда, а также снижение уровня отсева [10].

Цифровизация образования открывает не только новые возможности, но и риски, связанные со социальным здоровьем учащихся. Больше всего опасений у общественности вызывают риски, связанные со здоровьем учащихся. Длительное погружение в цифровой мир вызывает переутомление и повышенную возбудимость. Обеспокоенность вызывает и риски утраты

детьми социальных навыков, ведь именно школа выступает в жизни учащегося в качестве важного социального института взаимодействия [11].

Цифровизация общества сложный социальный процесс, которые еще всем странам предстоит пройти. На примере системы образования мы хотели обозначить только некоторые возможности, социальные проблемы и риски, которые он в себе несет.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Шваб К. Четвертая промышленная революция. Эксмо. 2016. 208 с.
2. Елисеев С.М. Глухих В.А. Интернет-мемы как инструменты публичной политики // Дискурс.2017. № 4. С.90-96.
3. Шиняева О.В., Полетаева О.В., Слепова О.М. Информационно-цифровое неравенство: поиск эффективных практик адаптации населения // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. №4. С. 68-85.
4. Сафиуллин А.Р., Моисеева О.А. Цифровое неравенство: Россия и страны мира в условиях четвертой промышленной революции // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2019. Т. 12. №6. С. 26-37.
5. Трудности и перспективы цифровой трансформации образования. Издательский дом Высшей школы экономики. Москва, 2019. – 342с.
6. 19 крупнейших российских онлайн-образовательных проектов URL: <https://hr-media.ru/19-krupnejshih-rossijskih-onlajn-obrazovatelnyh-proektov> (дата обращения:10.10.2021).
7. 5 вызовов системе образования // РБК +. Образование. 10.04.2018. (дата обращения:15.10.2021).
8. Oxman S., Wong W. Innovations D. V. X. White paper: Adaptive learning systems // Integrated Education Solutions. 2014. P. 6-7.
9. Jones A. et al. Challenges in personalisation: supporting mobile science inquiry learning across contexts // Research and Practice in Technology Enhanced Learning. 2013. Vol. 8. №. 1. P. 21-42.
10. Henning P.A., Heberle F., Streicher A., Zielinski A., Swertz C., Bock J., Zander S. Personalized web learning: Merging open educational resources into adaptive courses for higher education // Personalization Approaches in Learning Environments. 2014. P. 55-62.
11. Размахин А. «Цифровой тоталитаризм» против «здорового смысла»: за чем будущее? URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/593685a8d7d0a62756e9cfe3/cifrovoi-totalitarizm-protiv-zdravogo-smysla-za-chem-buduscee-5a85dd2ba815f1cda564c0a8> (дата обращения: 21.10.2021).

**ЭМБИЕНТ РЕКЛАМА В МАРКЕТИНГЕ ОБРАЗОВАНИЯ:
КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ И МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ
ЭФФЕКТИВНОСТИ**

**AMBIENT ADVERTISING FOR EDUCATIONAL MARKETING:
CONCEPTUAL AND PERFORMANCE FRAMEWORK**

М.Ю. Абабкова,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

Санкт-Петербургский государственный электротехнический
университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина)
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: ababkova_myu@spbstu.ru

M.Yu. Ababkova,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
Saint Petersburg Electrotechnical University "LETI"
(Saint Petersburg, Russia)

А.П. Гулевич,

e-mail: gulevich_na@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются концептуальные основы эмбиент рекламы в контексте таких элементов комплекса маркетинга образовательных услуг как место предоставления образовательных услуг, обстановка, люди и процесс. Создание обстановки и атмосферы обучения связано с таким понятием, как «servicescape», предполагающее формирование стимулов для активного участие потребителя в процессе предоставления услуги и увеличения степень вовлеченности в процесс потребления услуги. Современное образование как «мультимедийное впечатления» основано на развитии системы взаимодействия и атмосферы обучения, обеспечивающих формирование целостного восприятия образовательной организации, оптимизацию точек контакта с целевой аудиторией, улучшения внутреннего и внешнего пространства образовательной организации. Предлагаются подходы к классификации эмбиент рекламы в образовательном пространстве, приводятся данные о развитости эмбиент рекламы как элемента servicescape вузов России, США и Европы, а также результаты опроса студентов об отношении к

эмбиент проектам в образовании, приводится методология оценки эффективности эмбиент проектов и выводы о значимости данного инструмента для образовательного маркетинга.

Abstract. The article discusses the conceptual framework of ambient advertising in the context of such elements of the educational marketing mix as place, premises, people and the process. The learning atmosphere creation is associated with the concept of servicescape, which implies the formation of incentives for the active participation of the consumer in the process of providing services and increasing the degree of involvement into the process of service consumption. Modern education as a "multimedia experience" is based on the development of a system of interaction and atmospherics of learning to ensure a holistic perception of an educational organization, optimization of its contact points with a target audience, improvement of the internal and external educational landscape. Approaches to the classification of educational ambient advertising are proposed, data on the development of ambient advertising as an element of servicescape in Russian, American and European universities are given, as well as the results of a survey of students about their attitude to ambient projects in education, a technique for evaluating the performance of educational ambient projects and conclusions about the importance of this tool for educational marketing are presented.

Ключевые слова: КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ОБСТАНОВКА ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГИ, ТОЧКИ КОНТАКТА, ЭМБИЕНТ РЕКЛАМА

Keywords: MARKETING MIX, SERVICESCAPE, CONTACT POINTS, EDUTAINMENT, AMBIENT ADVERTISING

Элементы комплекса образовательного маркетинга место предоставления образовательных услуг (place), обстановка (physical environment), люди (people) и процесс (process) способствуют не только материализации образовательных услуг, но визуализации их качества, а также вовлечению потребителей в процесс обучения и служат важными «точками соприкосновения» или «точки контакта» (service encounter, contact points). Проектирование и оптимизация точек соприкосновения в маркетинге образования связано с созданием атмосферы и окружения обучения с помощью визуальных, звуковых, обонятельных, тактильных воздействий и является важным инструментом формирования бренда образовательного учреждения и создания эстетического окружения и условий для обучения и взаимодействия.

Впервые тему формирования окружения и атмосферы для получения

услуги затронул в своей статье Ф. Котлер [1]. Термин «servicescape» [2; 3] используется для описания физического окружения в сфере услуг и включает «механические» и «человеческие», «одушевленные» и «неодушевленные» стимулы (образы, вкусы, звуки и тактильные ощущения, порожденные предметами (пейзаж, графика, ароматы, музыка, поверхность перил и т.д.) для описания обстановки получения услуги [4]. Концепции места сбыта посвящена книга Дж. Шерри [5]. Основные темы, которые используются для создания «ландшафта получения услуги» базируются на статусе, тропическом рае, ностальгии, городских мотивах, модернизме и техническом прогрессе и др. [6]. Дополнительные идеи для создания атмосферы получения услуги можно подчерпнуть из истории, религии, моды, политики, психологии, философии, окружающего мира, культуры и искусства [7]. Сильные впечатления, созданные на основе этих тем, полностью изменяют восприятие времени, пространства и материи, и их «содержание, значение, проецируемые образы» должно быть согласовано с «задачей, целями и стратегией, ... образом корпорации или торговой марки, ценностями» [7].

По мнению авторов [8, С. 45], впечатление – четвертое экономическое предложение, наряду с сырьем, товаром и услугой, когда производитель выходит за рамки «товарного образа мышления», расширяя границы содержания услуги и более тонко подстраиваясь под потребности покупателей [9]. С точки зрения маркетинга образования, это означает не развлечение, а вовлечение обучающихся. Активность потребителя (активное и пассивное участие в процессе предоставления услуги) и степень вовлеченности потребителя (взаимоотношения с поставщиком или производителем услуги), должны учитываться при проектировании обстановки как элемента комплекса маркетинга [8, С. 45].

Процесс обучения должен вовлекать обучающихся, превращая их в активных участников, когда сам процесс обучения направляется не преподавателем-ментором, а взаимодействующими участниками процесса [10]. Данная мысль обозначается термином «edutainment», подчеркивающим впечатление, существующей на стыке образования и развлечения. Метафора «классная комната как театр» [11, р. 239] раскрывает понимание современного образования как «мультимедийного впечатления». Создание действенной системы взаимодействия, использующего как вербальное, так и невербальное

общение, позволяет формировать атмосферу, обеспечивающую целостное восприятие образовательной организации, добиться тесного контакта с целевой аудиторией, улучшить внутреннее и внешнее пространство университета и сформировать чувство принадлежности посредством впечатлений [12].

Формирование физической и эмоциональной среды, в которой происходит процесс обучения, а также проектирование среды с точки зрения достижения желаемых поведенческих реакций обучающихся в настоящее время находится в центре внимания передовых университетов [13]. Исследования показывают зависимость между удовлетворенностью студентов своим университетом и окружающей средой (атмосферой), созданной в университете [14].

Эмбиент реклама (ambient media) традиционно понимается как использование объектов внешней и внутренней окружающей среды в качестве носителей маркетинговой и рекламной информации для наилучшего контакта с целевыми аудиториями, создания атмосферы и креативной среды. Ряд авторов предлагается понимать под эмбиент рекламой коммуникационную систему, органично вписывающуюся в окружающую среду и реализующуюся в виде материальных конструкций и объектов, несущих коммуникационную нагрузку [15]. На наш взгляд, понятие эмбиент рекламы гораздо шире, поскольку в него включается не только рекламная функция по продвижению продуктов, идей, личностей, но и маркетинговая функция по созданию атмосферы получения услуги и улучшения образовательной среды [16]. Основной целью эмбиент рекламы является не только привлечение внимания людей, через использование пространства, а мотивационная составляющая, которая влияет на поведение человека, поскольку имеет ряд отличий по характеристикам от традиционных средств продвижения, а именно, попадание в «жизнь» целевой аудитории; значительный уровень креативности и новизны, содействующий повышению интереса, восприятию и запоминанию передаваемой информации; эффективный контакт с целевой аудиторией [17]. Использование данного вида рекламы в образовательной сфере носит экспериментальный характер [18].

Цель размещения эмбиента в университетах включает в себя, с одной стороны, информирование студентов и преподавателей о каких-либо

продуктам, идеях, событиях в образовательной сфере (например, стажировках, компаниях, программах и т.д.), а с другой стороны, мотивирование, формирование чувства общности и причастности, создание творческой атмосферы и обстановки в учебном заведении. Существует различные классификации эмбиент рекламы, но все они ограничиваются только перечнем окружающей человека среды, более глубокой разработанной классификации в источниках не было найдено. Авторами была разработана общая классификация эмбиент рекламы (табл. 1).

Таблица 1

Классификация эмбиент рекламы

<i>По месту расположения</i>	<i>Рекламные носители</i>
<i>Внешние</i>	
Улица	Парковки, лавочки, фонарные столбы, мусорные баки, детские площадки, деревья, клумбы, дома, автобусные остановки, транспорт, фонтаны, асфальт, пешеходные переходы, ограждения, бордюры, искусственно созданные арт-объекты и т.д.
Архитектура	Футуристические здания, проектные изменения формы зданий, стеклянные/зеркальные здания и т.д.
<i>Внутренние</i>	
Работа/учеба	Мебель, стены, пол, двери, зеркала, дополнительный мотивационный материал и т.д.
Досуг	Мебель, зеркала, туалеты, пол, двери, мусорные корзины, посуда, перила, бассейн, фонтаны, аквариумы, кресла в кинотеатрах и т.д.
Интерьер	Вешалки для одежды, пол, потолок, двери, лифты, эскалаторы, зеркала, мусорные корзины, двери, перила, лестницы и т.д.
<i>По продолжительности</i>	<i>Рекламные носители</i>
<i>Временные</i>	
Оформление пространства и среды/оформление к событиям или праздникам/мотивационное оформление	Арт-объекты, нестандартные афиши, инсталляции, памятники, изменения формы растительности, нанесение арт-рисунков на входные группы, наклейки/QR-коды на напольном покрытии, 3D-фигуры, ростовые фигуры и т.д.
<i>Постоянные</i>	
Оформление пространства и среды/мотивационное оформление	Оформление и покраска здания, стен, входных групп, коридоров, отдельных кабинетов, туалетов в определенной тематике. Создание арт-объектов, инсталляций, памятников, изменения формы растительности. Проектные изменения формы зданий, включение в проекты/создание «свободных»

	кабинетов/зон отдыха.
<i>По цели</i>	Образовательная (обучающая)
	Эстетическая
	Развлекательная
	Уход от реальности (эскапизм)

Составлено авторами.

Формирование высшими учебными заведениями благоприятной и креативной учебной среды нацелено не только на привлечение студентов, но партнёров и спонсоров. Для того, чтобы понять какие эмиент инструменты чаще всего используют российские и зарубежные вузы, был проведен анализ сайтов 100 университетов (3D-туры, новости, фотографии):

- 25 университетов России;
- 25 университетов Америки;
- 25 университетов Европы.

Выбор университетов осуществлялся на основе поисковых запросов «Топ 100 университетов России» – Рейтинг «Топ-100 вузов России» RAEX – 2020; «Топ-100 университетов Америки» – Рейтинг «Quacquarelli Symonds» (QS); «Топ-100 университетов Европы». Ключевые слова: лучшие университеты, топ университетов, рейтинг университетов.

Из 25 проанализированных российских университетов не используют эмиент рекламу 14. На рис. 1 представлены основные форматы эмиент рекламы, которые наиболее популярны у российских университетов.



Рис. 1. Наиболее популярные форматы эмиент рекламы у российских университетов

Различные форматы эмиент рекламы на постоянной основе (наиболее

частью используемые инструменты – оформление зон отдыха и создание арт-объектов) используют Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Национальный исследовательский Томский политехнический университет, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Национальный исследовательский университет ИТМО и др.

Из 25 проанализированных университетов США не используют эмбиент рекламу 19. Наиболее популярные форматы эмбиент рекламы американских университетов представлены на рис. 2.

Различные форматы внутренней и внешней эмбиент рекламы используют Массачусетский технологический университет, Стэнфордский Университет, Нью-Йоркский университет, Бостонский университет. Чаще всего оформляются мероприятия с помощью эмбиент рекламы и оформляются зоны отдыха и другие помещения.

Только 9 из 25 европейских университетов используют внешнюю и внутреннюю эмбиент рекламу. Это Манчестерский университет, Шеффилдский университет, Бирмингемский университет, Технический университет Мюнхена, Свободный университет Берлина, Делфтский технический университет и др.

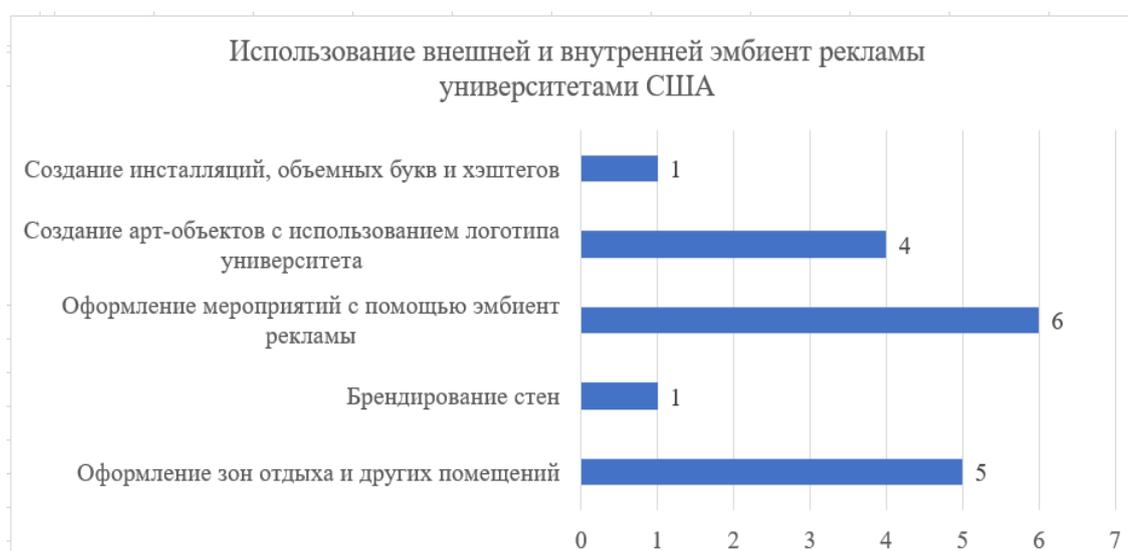


Рис. 2. Наиболее популярные форматы эмбиент рекламы университетов США

Основные инструменты эмбиент рекламы в университете могут быть

граффити, использование объемных букв на территории университета для привлечения внимания и создание фотозоны, использование необычных элементов в дизайне интерьера и оформления территории и арт-объектов, временные элементы эмбиента, приуроченные к какому-либо важному для университета мероприятию или событию.

Эмбиент реклама способствует вовлечению в жизнь учебного заведения, влияет на имиджевую составляющую университета и обладает вирусным потенциалом. Термин «edutainment» описывает создание впечатлений на фоне слияния двух составляющих: образования и развлечений. Объединение обучения и развлечений в университете посредством эмбиент проектов позволяет «заряжаться» от атмосферы, которую она создает. Для изучения отношения учащихся к эмбиент рекламе в университете было проведено исследование на основе анкетирования, в котором участвовало 200 респондентов, учащихся Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью Гуманитарного института Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, из них 72% женщины, 28% мужчины, в возрасте 17-24 года. На вопрос «Отношение респондентов к эмбиент проектам в вузе» (рис. 3) большинство респондентов (170 человек) полностью согласились, что «оформление интерьера и окружения университета привлекает внимание»; «креативное оформление интерьера побуждает к творчеству» (110 человек полностью согласны и 70 человек больше согласны, чем не согласны).

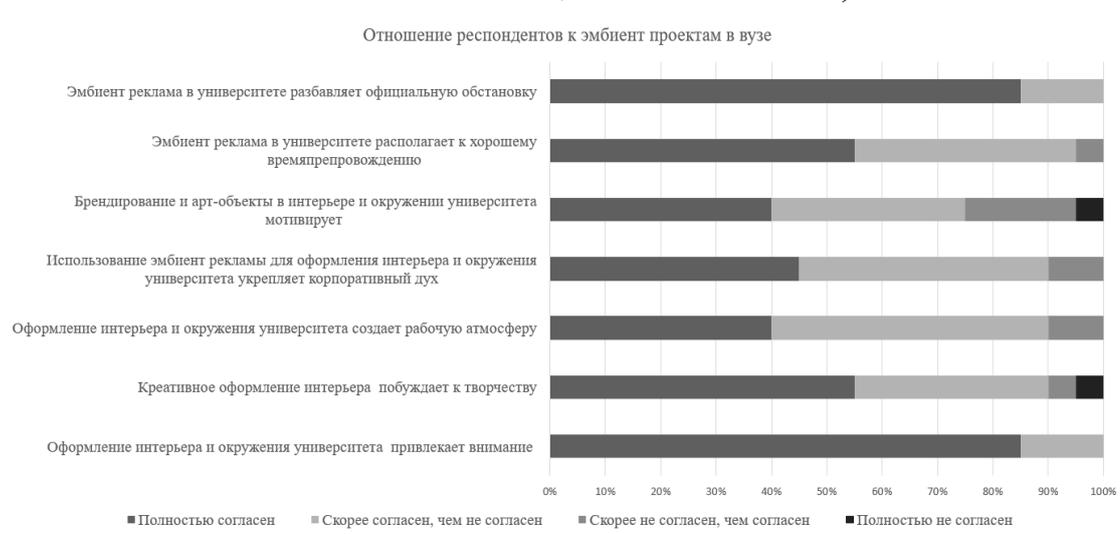


Рис. 3. Отношение респондентов к эмбиент проектам в вузе

Исходя из этого можно сделать вывод том, что большинство респондентов положительно относится к эмбиент инструментам в университете.

60% респондентов ответили, что эмбиент реклама в университете «скорее бы повлияла на их мнение», если бы они были абитуриентами и только 10% респондентов ответили – «нет». 50% респондентов считают, что использование эмбиент рекламы положительно влияет на имидж университета, 45% респондентов считают, что данные проекты не могут повлиять на имидж университета, оставшиеся 5% ответили – «скорее нет, чем да».

Разработка и реализация эмбиент рекламы является затратным мероприятием, поэтому предлагается система оценивания эмбиент проектов к реализации в вузе предлагается на основе ряда критериев.

- рекламные критерии (полнота отображения идеи рекламы; уникальность, новизна идеи (оригинальность, отсутствие подражательности); креативность; ассоциативность (эмоциональный посыл); технологичность (возможность использования в различных вариантах и носителях); вирусность (возможность транслирования с помощью самой целевой аудитории);

- эстетические критерии (соответствие требованиям времени и моды; недвусмысленность; уместность;

- технологические критерии (доступность формата размещения; адаптивность (возможность использования в течение длительного времени); новизна носителя информации; срок эксплуатации).

Благодаря данной системе оценивания можно анализировать каждый элемент эмбиент рекламы до запуска, это позволит оценить эффективность и креативность эмбиент-идеи, сэкономить время и деньги компании.

В России администрация университетов начала осознавать важность «контакта» со студентами и постепенно внедряет элементы внутреннего эмбиента в рутинную жизнь университета. Технологии эмбиент рекламы в городской и университетской среде используются ограниченно из-за устоявшегося имиджа университетов по всему миру как «дома знаний, а не развлечений», ограничений в законодательстве.

Университеты используют инструменты внешней и внутренней эмбиент рекламы для улучшения имиджа университета и модернизация его

восприятия целевыми аудиториями; привлечения абитуриентов, партнеров и спонсоров, в том числе, и зарубежных; популяризации российских ученых через элементы эмбиент рекламы, например, создание арт-объектов и памятников; увеличение публикаций в СМИ и социальных сетях посредством вирусного потенциала эмбиента; мотивирование студентов, повышение их продуктивности; улучшения учебной атмосферы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Kotler, Ph. Atmosherics as a Marketing Tool // *Journal of Retailing* 49. 1973. 4. pp. 48-64.
2. Bitner, M.J. Consumer Responses to the Physical Environment in Service Settings. *Creativity in Service Marketing*. Ed. Venketesan, D.M. Chikago: American Marketing Association, 1986. pp. 89-93.
3. Bitner, M.J. Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees // *Journal on Marketings*. 1992. 2. pp. 57-71.
4. Wakefield K.L., Blodgett J.G. The Importance of Servicescapes in Leisure Service Settings // *Journal of Sevices Marketing*. 1994. 3. pp. 66-67.
5. Sherry J.F., jr. *Servicescapes: The Concept of Place in Contemporary Markets/* Lincolnwood, III: TEC Business Books, 1998.
6. Gottdiener M. *The Theming of America: Dreams, Visions, and Commercial Spaces*. Boulder, Colorado: Westview Press, 1997. pp. 144-151.
7. Шмит, Б. Эстетика маркетинга: стратегия менеджмента, создания бренда и имиджа компании / Бернд Шмит, Алекс Симонсон. - Москва; Транзиткнига: АСТ, 2005. – 395 с.
8. Пайн Дж. Экономика впечатлений: Как превратить покупку в захватывающее действие / Б. Джозеф Пайн, Джеймс Х. Гилмор; Пер с англ. – 2-е изд., пересмотр. – М.: Интеллектуальная литература, 2020. – 384 с.
9. Lovelock C. *Product Plus: How Product + Service = Competitive Advantage /* New York: McGraw-Hill, 1994.
10. Davis S., Botkin O *The Monster Under the Bed: How Business Is Mastering the Opportunity of Knowledge for Profit/* - New York/ Simon & Schulster, 1994. 195.
11. Kotler Ph. Education Packagers: A Modest Proposal. *The Futurist*. August 1978, pp. 239v242.
12. Todosiychuk M. (2021) Edutainment Tools for Intercultural Intelligence Training. In: Sakas D.P., Nasiopoulos D.K., Taratuhina Y. (eds) *Business Intelligence and Modelling. IC-BIM 2019. Springer Proceedings in Business and Economics*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-57065-1_34].
13. Ravi Kumar J S, T. Narayana Reddy, Syed Mohammad Ghouse. Role of Servicescape on Student Institution Choice. *Asian Journal of Management*. 2021; 12(3):271-8.

doi: 10.52711/2321-5763.2021.00041

14. Mulyono, H., Lumbanraia, P., Sembering, B.K.F., Gultom, P The influence of servicescape and relationship quality on students' satisfaction through university image in Islamic universities. *International Journal of Management and Applied Science*, 2019 5 (9), 74-80.

15. Левинсон Дж. К., Хенли П. Партизанский маркетинг. Добро пожаловать в маркетинговую революцию. - СПб.: Питер, 2006.

16. Бурлакова Е. В, Качалова С.М. Особенности формирования и продвижения бренда высшего учебного заведения (на примере Липецкого государственного технического университета) // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. 2016. №4 (10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-i-prodvizheniya-brenda-vysshego-uchebnogo-zavedeniya-na-primere-lipetskogo-gosudarstvennogo-tehnicheskogo> (дата обращения: 19.08.2021).

17. Колесникова А. Помогает ли Ambient Media российской рекламе// Корпоративный сайт компании «Most Marketing». 2006. - URL: <http://m-marketing.ru/articles/info/article106.html> (дата обращения: 10.09.2021).

18. Кириленко Н.П., Прангишвили И.Г. Ambient media как новая форма рекламы: история и особенности // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2014. №2. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ambient-media-kak-novaya-forma-reklamy-istoriya-i-osobennosti> (дата обращения: 19.08.2021).

**Раздел III. ГЛОБАЛЬНЫЕ И ЛОКАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И
ПРОБЛЕМЫ МИРОВОЙ ПОЛИТИКИ И МЕЖДУНАРОДНЫХ
ОТНОШЕНИЙ**

УДК 341.24

**БОЛЬШАЯ ЕВРОПА В ГЛОБАЛЬНОМ МИРЕ: ТЕНДЕНЦИЯ
РАЗВИТИЯ ЕДИНОГО ПРОСТРАНСТВА**

**GREATER EUROPE IN THE GLOBAL WORLD: THE TENDENCY
OF THE DEVELOPMENT OF A SINGLE SPACE**

М.-А.О. Андреева,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: zuuupra@mail.ru

M.-A.O. Andreeva,

State Institute Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Д.А. Рахалова,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: dasha.rahalova@gmail.com

D.A. Rakhalova,

State Institute Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

А.С. Матвеевская,

Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: a.matveevskaya@spbu.ru

A.S. Matveevskaya,

Saint-Petersburg State University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. Данная статья посвящена тенденции развития единого экономического пространства и территории от Лиссабона до Владивостока, а также проблемам и перспективам сотрудничества Российской Федерации и Европейского Союза в качестве интеграционного образования. В работе рассматривается становление данной концепции, историческая и культурная взаимосвязь Европы и России. Также рассмотрена необходимость и возможность дальнейшей стабилизации российско-европейского экономического сотрудничества. Однако реальные внешнеполитические действия России и Евросоюза не отображают решительного настроя обеих сторон. Статья указывает и делает акцент на наличие весомых противоречий между Россией и Евросоюзом в понимании того, на каких принципах должна быть сформирована Большая Европа.

Abstract This article is devoted to the development trend of a single economic space in the territory from Lisbon to Vladivostok, as well as to the problems and prospects of cooperation between the Russian Federation and the European Union as an integration entity. The work examines the formation of this concept and the historical and cultural relationship between Europe and Russia. The necessity and possibility of further stabilization of Russian-European economic cooperation was also considered. However, the real foreign policy actions of Russia and the European Union do not reflect the decisive attitude of both sides. The article points out and emphasizes the presence of significant contradictions between Russia and the European Union in understanding the principles on which Greater Europe should be formed.

Ключевые слова: БОЛЬШАЯ ЕВРОПА, ЕДИНОЕ ПРОСТРАНСТВО ОТ ЛИССАБОНА ДО ВЛАДИВОСТОКА, РОССИЯ, ЕС, ЕАЭС, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ, СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО

Keywords: GREATER EUROPE, A COMMON SPACE FROM LISBON TO VLADIVOSTOK, RUSSIA, THE EU, THE EAEU, ECONOMIC INTEGRATION, STRATEGIC PARTNERSHIP

Появление концепции «Большой Европы» от Лиссабона до Владивостока положило свое начало в Западной Европе в середине XX века. Данная политическая мысль зародилась не в России и не в Советском союзе. Действительно, о том, чтобы сделать Россию частью полноценной развивающейся Европы и включить ее в «общеевропейский дом», размышляли люди, находившиеся у истоков Европейского союза [1]. В их числе был президент Франции Шарль де Голль. Тогда казалось, что Россия и остальные советские республики взяли в курс стратегическое сотрудничество с Европой и концепция должна быть полностью реализована [2]. Но этому

помешал ряд причин, обусловленный конфликтными течениями между двумя частями Европы, особенно после ее расширения в 2004 году [3]. Целью работы является рассмотрение российско-европейского сотрудничества, его перспектив и необходимости в укреплении межкультурных взаимоотношений для России. Были выдвинуты следующие задачи:

- Рассмотреть начальные этапы возникновения концепции «Большой Европы»;
- Изучить аспекты и проблемы, препятствующие развитию и реализации данной концепции единого экономического пространства;
- Рассмотреть перспективы и влияние сотрудничества с Европой для Российского общества.

Идея «Общего европейского дома» впервые возникла во второй половине 1980-х гг. как политический лозунг, связанный с «новым мышлением» в советском Союзе. Генерал Коммунистической партии Советского Союза в 1985 г., а затем Президент Советского Союза в 1988 г. Горбачев включил этот термин в ряд его основных политических заявлений на международных форумах. Его отправной точкой было ясное понимание того, что холодная война между двумя антагонистическими блоками, то есть Запад и Советский Союз, закончилась и убежденность в том, что соперничество должно уступить место сотрудничеству во имя общих ценностей, направленному на решение общих проблем, и особенно на обеспечение прочной безопасности и процветания «От Ванкувера до Владивостока» [4].

Со временем этой общей идее последовали более конкретные предложения Советского Союза: создать новую структуру безопасности, основанную на Совещании по безопасности и сотрудничеству в Европейский процесс (СБСЕ); пересмотреть оборонные стратегии и сократить вооружения в Европе; начать сотрудничество между НАТО и Варшавским договором, а также между Европейскими сообществами и СЭВ; и упразднить существующие ограничения на экспорт высокотехнологичных товаров в Советский Союз и стран советского блока. Идея Большой Европы возникла при быстро меняющихся обстоятельствах [5]. После фиаско разработки новой модели европейской безопасности, альтернативной НАТО, Россия, казалось, открыла новую, более позитивную главу в своих отношениях с государствами и учреждениями Евроатлантического региона [6]. Страна стала членом Совета

Европы (февраль 1996 г.); подписан основополагающий акт о сотрудничестве с НАТО, установивший новый формат отношений между Россией и Альянсом (май 1997 г.); Партнерство и сотрудничество между ЕС и Россией 1994 г. Соглашение вступило в силу (декабрь 1997 г.) и установило базовую правовую и институциональную основу для отношений между Россией и Европейским Союзом [7].

Четыре года спустя в риторике российского руководства снова появилась концепция Большой Европы. Этому способствовали террористические атаки в Нью-Йорке и Вашингтоне 11 сентября 2001 г., когда сформировалась глобальная антитеррористическая коалиция во главе с США, а Россия предложила частичную поддержку. Анализируя заявления и действия России, можно примерно реконструировать российское представление о Большой Европе. Это должно быть общее пространство, основанное на двух столпах: зоне ЕС с доминирующей ролью Германии (западная опора) и зоне Евразийского союза, контролируемого Россией. Эти две области будут связаны между собой сетью политических, экономических институтов и институтов безопасности [8]. Частично интегрированное общее пространство, основанное на согласованных нормах и правилах, должно обеспечивать свободу передвижения людей и товаров и - возможно, с некоторыми ограничениями - рабочей силы и капитала. Наиболее важные решения по его развитию будут приниматься единогласно (что даст России возможность де-факто влиять на политику стран «западной сферы»). При этом стороны, и Россия, в частности, сохраняют свою свободу и автономию в принятии решений по внутренним делам и внешним отношениям с другими странами и регионами [9].

Концепцию Большой Европы нельзя анализировать в отрыве от представлений российской элиты о реальности и понимания международной ситуации, прописанных во внешнеполитических стратегиях. В этом контексте следует подчеркнуть следующие элементы: Соединенные Штаты остаются главной точкой отсчета для России. Кремль рассматривает США как глобальную державу в упадке, но, тем не менее, по-прежнему представляет собой главный вызов интересам Российской Федерации. Противодействие тому, что Москва считает усилиями Соединенных Штатов по установлению глобальной гегемонии, было и остается главным императивом внешней

политики России. С этой точки зрения концепция Большой Европы явно антиамериканская. Ее главная цель – создать российско-европейский альянс, способный соперничать с Соединенными Штатами в политическом и экономическом измерениях. Концепция должна служить укреплению «независимости» Европы от США, что на практике должно повлечь за собой эрозию трансатлантических отношений и структур (особенно НАТО) и оттолкнуть США от Европы [10]. Не случайно заявления России были адресованы в основном европейским странам, которые, подобно Германии и Франции, дистанцировались от политики США, стремясь укрепить свои позиции в международной политике [11]. Европейский Союз является основным экономическим партнером России и, в частности, ее основным рынком сбыта энергоресурсов, которые являются краеугольным камнем экономики России [12].

Однако Россия рассматривала ЕС как концерт европейских держав с Германией, Францией, Великобританией и Италией в ведущих ролях. Москва развивает особенно тесное сотрудничество с этой группой стран, одновременно стимулируя конкуренцию между ее членами за привилегированные отношения с Россией. В частности, Германия и Франция, государства, которые Россия считает политическим двигателем ЕС, получили особое внимание, также как адресаты концепции Большой Европы, для которых треугольник Москва-Берлин-Париж должен был стать одним из основных инструментов в ее реализации. Финансовый и экономический кризис 2008–2009 гг. укрепил доминирующее положение Германии в Европе и, таким образом, повысил роль страны как ключевого партнера в развитии Большой Европы в глазах Москвы. Европейские державы, и, в частности, Германия, должны были быть основными сторонниками экономических, энергетических, политических сделок и сделок в области безопасности между Европой и Россией [13]. С другой стороны, двусторонние энергетические, промышленные и оборонные соглашения с Германией, Францией и Италией должны были составить ту самую сеть отношений, которая будет сутью формирующейся Большой Европы. Оба были призваны помочь расширить влияние России на процессы и решения в европейской политике, экономике и безопасности; сначала неформально, а затем (при наличии соответствующих институтов) и формально [14].

Таким образом Россия надеялась расширить свое экономическое присутствие в Европе, получить более широкий доступ к рынкам ЕС, создать и контролировать транснациональные холдинги путем обмена бизнес-активами со странами ЕС и получить трансферты капитала и высоких технологий из ведущих европейских стран. Интересно, что Москва, похоже, считала, что такое углубление российско-европейской взаимозависимости может на самом деле стать асимметричным в пользу России и страна сохранит не только полную свободу во внутренней политике, но и неограниченное пространство для маневра во внешней политике. Цель Большой Европы заключалась не в том, чтобы Россия каким-то образом «растворилась» в новой политической, экономической структуре и структуре безопасности; напротив, это должно было укрепить потенциал и независимость России как великой мировой державы. Сеть отношений, построенная в рамках Большой Европы, должна была предлагать России инструменты для влияния на европейскую политику в соответствии с ее собственными интересами, в то же время предотвращая попытки европейских игроков влиять на внутреннюю и внешнюю политику страны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Цыбаков Д.Л. Международная интеграция на постсоветском пространстве: новый этап конкуренции проектов России и Европейского Союза //Среднерусский вестник общественных наук. 2019. Т. 14. № 4. С. 177-186.
2. Курyleв К.П., Станис Д.В., Баранник М.А., Закарян С.Б. Евразийская идеология во внешней политике современной России // Вестник государственного Московского областного университета. Серия: История и политические науки. 2019. № 4. С. 151-165.
3. Гелла Т.Н., Казакова О.Ю. Россия и Европа в «Большом XIX веке»: интеллектуальная жизнь на региональном и национальном уровнях // Ученые записки Орловского государственного университета. 2019. №2(83). С. 16-23.
4. Кефели И.Ф. Геополитические аспекты инициатив и проектов формирования "Большого Евразийского партнерства" // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2019. № 3 (29). С. 65-76.
5. Ягья В.С., Ковалевская Н.В., Матвеевская А.С. Мировая политика: учебно-методическое пособие для ВУЗов. – СПб.: Изд-во: Golden Mile GmbH, 2016. – 43 с.
6. Бахтуридзе З.З. Геополитический ракурс международных отношений в эпоху «пост» // Геополитика и безопасность. 2015. № 2 (30). С. 63-67.

7. Самонкин Ю.С. Большая Европа, тенденция развития единого пространства от Лиссабона до Владивостока и гибридная война Запада // Научный журнал. 2016. № 5 (6). С. 47-50.
8. Погодин С.Н. Международная интеграция и интеграционное право // Геополитика и безопасность. 2017. № 2 (38). С. 112-113.
9. Бахтуридзе З.З. Диалектика интеграционных процессов на Евразийском пространстве // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2014. № 16. С. 118-122.
10. Tsvyk A.V., Kurylev K.P. The idea of a “Greater Europe” in Russian foreign policy: past and present // RUDN Journal of Russian history. 2020. Т.19. № 2. С. 438-447.
11. Головлев Ю.Ф. И. Ф. Максимычев: дипломат, германист, поборник «Большой Европы» // Вестник МГИМО Университета. 2013. № 2 (29). С. 260-265.
12. Большая Европа: идеи, реальность, перспективы. Антюшина Н.М., Бажан А.И., Белов В.Б., Борко Ю.А. и др.; под общ. ред. Громыко А. А., Фёдорова В. П. Изд-во: Институт Европы РАН – М., 2014. – 704 с.
13. Ткачук М.В. Мираньков Д.Б. Проект "Большая Европа": проблемы и перспективы реализации // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. 2015. Т. 1(67) №2. С. 150 –155.
14. Гласер М.А., Томанн П.Э., Новик Н.Н. Большая Евразия и Большая Европа: геополитика перспектив сотрудничества // Актуальные проблемы Европы. 2021. № 1 (109). С. 12-27.

**ВЛИЯНИЕ ТЕРРОРИСТИЧЕСКИХ АКТОВ 11 СЕНТЯБРЯ 2001 Г.
НА СИСТЕМУ ЦЕННОСТЕЙ ГРАЖДАН США**

**THE IMPACT OF THE TERRORIST ATTACKS OF SEPTEMBER
11, 2001 ON THE VALUE SYSTEM OF US CITIZENS**

М.А. Сатаева,

Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: Araliop@yandex.ru

M.A. Sataeva,

St. Petersburg State University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. В статье рассматривается влияние террористических актов на систему ценностей и мировоззрение граждан страны, подвергнувшейся нападению экстремистов. Анализ делается на примере ситуации в США после терактов 11 сентября 2001 г. на основе исследований, проводимых Pew Research Center в период с 2001 по 2021 гг. В исследовании делается вывод о том, что на протяжении 20 лет с момента теракта и до вывода войск США из Афганистана в 2021 г. система ценностей и мировоззрение граждан США менялась от роста патриотических настроений и толерантности в отношении ограничения прав и свобод граждан, до критики антитеррористической политики властей страны, желания скорейшего вывода американского воинского контингента и т.д.

Annotation. The article examines the impact of terrorist acts on the value system and worldview of citizens of a country attacked by extremists. The analysis is based on the example of the situation in the United States after the September 11, 2001 terrorist attacks on the basis of research conducted by the Pew Research Center in the period from 2001 to 2021. The study concludes that for 20 years from the moment of the terrorist attack until the withdrawal of US troops from Afghanistan in 2021, the system of values and worldview of US citizens changed from the growth of patriotic sentiments and tolerance regarding the restriction of the rights and freedoms of citizens, to criticism of the anti-terrorist policy of the country's authorities, the desire for the speedy withdrawal of the American military contingent, etc.

Ключевые слова. ТЕРРОРИЗМ, США, АФГАНИСТАН, «АЛЬ-КАИДА», ЦЕННОСТИ, ИСЛАМ

Keywords. TERRORISM, USA, AFGHANISTAN, AL-QAEDA, VALUES, ISLAM

Введение. 11 сентября 2001 г. в США террористы «Аль-Каиды» угнали несколько пассажирских самолетов, два из которых были направлены на башни-близнецы Всемирного торгового центра в Нью-Йорке, один – на здание Пентагона, а еще один разбился в Пенсильвании. В результате терактов погибли 2977 человек - граждане 92 государств (не считая США). Это событие потрясло не только жителей Америки, но и всего мира. В странах Запада пришло осознание угрозы мирового терроризма, который при минимальных затратах и не имея значительных организационных навыков сумел нанести ущерб такому мировому лидеру как США.

Американцы получили поддержку и симпатию со стороны всего мира, в том числе и во время проведения военной операции в Афганистане, которая началась 7 октября 2001 г. с целью «покарать террористов». Эта военная кампания длилась почти 20 лет и была завершена только в 2021 г.

За этот период с момента терактов в США и до вывода американских войск из Афганистана произошли существенные изменения образа жизни в стране, в психологическом состоянии ее граждан, в их бытовом укладе и восприятии тех политических событий, которые происходят в стране и мире.

Целью нашего исследования является анализ влияния терактов 11 сентября 2001 г. на систему ценностей и мировоззрение граждан США.

Метод исследования: контент-анализ опросов граждан США компании «Pew Research Center», проводимых в период с 2001 по 2021 гг. (в исследовании было проанализировано 14 исследований).

Pew Research Center – это независимый информационный центр, который информирует общественность о проблемах, взглядах и тенденциях, формирующих мир. Он проводит опросы общественного мнения, демографические исследования, анализ содержания СМИ и другие эмпирические исследования в области социальных наук. Pew Research Center не занимает политических позиций.

В исследовании были использованы следующие две группы социологических исследований. Первая группа – исследования, которые дают

возможность рассмотреть особенности изменения системы ценностей и мировоззрения американцев в их временной, исторической перспективе в период с 2001 по 2021 гг.: «After 17 years of war in Afghanistan, more say U.S. has failed than succeeded in achieving its goals» [1]; «One Year Later: New Yorkers More Troubled, Washingtonians More On Edge» [2]; «Two Decades later, the Enduring Legacy of 9/11» [3]; «United in Remembrance, Divided over Policies» [4]; «15 Years After 9/11, a Sharp Partisan Divide on Ability of Terrorists to Strike U.S.» [5].

Вторая группа исследований была использована для уточнения частных характеристик системы ценностей и мировоззрения граждан США: «American Psyche Reeling From Terror Attacks» [6]; «Bush and Public Opinion» [7]; «Majority of U.S. public favors Afghanistan troop withdrawal; Biden criticized for his handling of situation» [8]; «Muslims are a growing presence in U.S., but still face negative views from the public» [9]; «Post September 11 Attitudes. Religion more prominent; Muslim-Americans more accepted» [10]; «Public “Relieved” By bin Laden’s Death, Obama’s Job Approval Rises» [11]; «Public Trust in Government: 1958-2021» [12]; «Record Number Favors Removing U.S. Troops from Afghanistan» [13]; «Terror Coverage Boost News Media’s Images» [14].

В одном из первых исследований отношения американцев к трагическим событиям 11 сентября было выявлено, что большая часть опрошенных жителей страны чувствовали себя после терактов подавленными, многие испытывали трудности с концентрацией внимания и проблемы с ночным сном. Американцы сразу после 11 сентября испытывали печаль, утомление тем, что они наблюдают в новостных программах СМИ и страх. Так, в исследовании был сделан вывод о том, что «американцы стойко держатся во время кризиса - они едины в своем одобрении национальных лидеров, пристально следят за новостями и заявляют, что готовы нести тысячи военных жертв в затяжном конфликте, чтобы отомстить за террористические атаки на прошлой неделе» [6].

Таким образом, можно отметить, что трагедия объединила американцев, что оказалось выражено в вовлеченности в просмотр новостей, готовности нести военные жертвы в конфликте с террористами (с осознанием того, что борьба с терроризмом может продлиться несколько лет). Также отмечалась готовность американцев к ограничению гражданских свобод в рамках

введения изменений в политике правоохранительных органов, во введении правил постоянного ношения национальных удостоверений личности, смягчения правил ЦРУ в отношении совершения убийств и заключения контрактов с преступниками за границей. В тоже время американцы выступали против тех аспектов борьбы с терроризмом, которые бы влияли на их личную жизнь (слежка за личными телефонными звонками, электронной перепиской и т.д.).

Патриотические настроения в Америке еще больше выросли в начале октября 2001 г., когда США и их союзники нанесли авиаудары по силам «Талибана» и «Аль-Каиды» в Афганистане, после чего в проведенном опросе 79% опрошенных заявили, что они несли американский флаг, а год спустя 62% участников опроса заявили, что они стали ощущать себя большими патриотами в результате событий 11 сентября [3].

Исследователи также выявили, что общественность в этот период в значительной степени стала игнорировать политические разногласия между партиями республиканцев и демократов и сплотилась в поддержку основных институтов страны и ее политического руководства. 60% взрослого населения страны в октябре 2001 года выразили свое доверие действиям федерального правительства (этот уровень был выше, чем в предыдущие 30 лет и с тех пор не приближался к этому показателю в последующие 20 лет) [11].

В целом американцы выразили значительную поддержку правительству и президенту страны, а также проявили доверие к СМИ, которые освещали события 11 сентября и последующую за ними военную кампанию в Афганистане.

Сами американцы также выразили значительную поддержку правительству в пользу проведения военной операции в Афганистане, в том числе в развертывании наземных войск, «чтобы нанести ответный удар тем, кто несет ответственность за террористические атаки, даже если это означает, что вооруженные силы США могут понести тысячи потерь» (по данным опроса середины октября 2001 г. 77% граждан поддержали это решение администрации Дж. Буша-мл.) [6; 7].

Многие американцы выступали за немедленное начало военной кампании. При этом 69% американцев заявляли, что военная операция США

не принесет быстрых результатов, а на ликвидацию террористических сетей потребуются месяцы или годы [3].

В начале октября 2001 г. 45% опрошенных отмечали, что администрация президента должна проводить военные операции по всему миру с целью уничтожения террористической угрозы и предотвращения терактов в их стране. Только 36% граждан отмечали необходимость сконцентрироваться на создании средств защиты от терроризма у себя дома.

Ожидания американцев в начале проведения военной кампании в Афганистане были наполнены оптимизмом. Опрошенные считали, что военные усилия их страны в борьбе с террористическими сетями увенчаются успехом. 76% были уверены в успехе этой миссии, а 39% - очень уверены.

Следует отметить, что такая поддержка военного присутствия американцев в Афганистане сохранялась еще несколько лет. В начале 2002 года 83% американцев заявили о своем одобрении возглавляемой США военной кампании против талибов и «Аль-Каиды» в Афганистане. В 2006 году о правильности такого решения заявляли уже 69% опрошенных. Но по мере затягивания конфликта сначала в период президентства Дж. Буша, а затем и Б. Обамы, поддержка стала уменьшаться, все больше американцев стали выступать за вывод американских войск из Афганистана. Так, в июне 2009 года уже во время президентства Б. Обамы 38% американцев заявили о необходимости вывода из этой страны американских войск. В мае 2011 года после убийства лидера «Аль-Каиды» Усамы бен Ладена общественность реагировала не столько с чувством ликования, сколько облегчения [11]. В опросе, проведенном месяц спустя, 56% американцев заявили о необходимости скорейшего вывода войск США из Афганистана [13].

В течение следующих десяти лет происходило постепенное сокращение военной миссии США в Афганистане (администрациями Б. Обамы, Д. Трампа, Дж. Байдена), которое завершилось выходом из страны и взятием ее под контроль талибами. Сегодня 54% опрошенных отмечают правильность этого решения о выводе войск, а 69% говорят, что в целом, США не сумели достичь своих целей в Афганистане [1; 8].

В исследовании Pew Research Center было показано, что «общественность дает более высокие оценки средствам массовой информации за их работу и более высокие рейтинги одобрения ценностей журналистов и

новостных организаций... Отражая удовлетворение ее недавним выступлением, общественность теперь более благосклонно относится к профессионализму, нравственности, патриотизму и состраданию прессы» [14]. Опрошенные респонденты также были уверены в том, что информация, предоставленная правительством о войне и внутренних антитеррористических усилиях, точна и достоверна. Большинство американцев считают, что новостные сообщения из Афганистана подлежат военной цензуре и часть опрошенных американцев поддерживали эти ограничения.

Опрос 1200 взрослых, проведенный центром Pew Research Center с 13 по 17 сентября 2001 г., показал, что атаки повлияли на повседневную жизнь жителей США. Опрашиваемые отметили, что она стали больше молиться, а родители стали ограничивать просмотр маленькими детьми телевизионных репортажей о трагедии. Как было указано в исследовании, «Атаки 11 сентября чрезвычайно повысили значимость религии в Соединенных Штатах, но не за счет признания религиозных меньшинств... В то же время общественность лучшего мнения о мусульманах-американцах, чем до нападений... Опрос обнаружил явные доказательства того, что американцы прислушиваются к призыву президента Буша к терпимости по отношению к мусульманам...» [10]. Правда такая оценка вскоре изменилась. В ходе опроса, проведенного в сентябре 2001 года, 28% взрослых заявили, что стали более подозрительно относиться к людям ближневосточного происхождения. В 2002 г. 23% демократов и 32% республиканцев заявили, что ислам, больше, чем другие религии, поощряют насилие. В 2021 г. эту точку зрения стали поддерживать уже 72% республиканцев [3]. Рост антимусульманских настроений в американском обществе оказал влияние на мусульман-граждан США, которые отмечали в опросе, что они лично стали испытывать дискриминацию в отношении себя [9].

Даже после того, как непосредственный шок после событий 11 сентября утих, обеспокоенность по поводу возможных новых террористических атак в крупных городах (прежде всего, в Нью-Йорке и Вашингтоне), была выражена выше, чем у населения сельской местности и небольших городов [2].

В опросе, проведенном через год после террористических атак, 80% американцев назвали эти события самыми важными для страны. Более того, 38% респондентов назвала их в числе самых важных событий, которые

произошли с ними *лично* в предыдущем году наряду с такими обычными датами как рождение ребенка или смерть близких [3].

В исследовании, проведенном спустя 10 лет после событий 9/11 было выявлено, что практически каждый опрошенный американец хорошо помнил, чем он занимался в момент теракта, а подавляющее большинство участников опроса отметило, что эти события оказали глубокое влияние на их личность и сильно изменили страну [4].

В опросе, проведенном спустя 15 лет после событий 11 сентября, отмечалось, что способность террористов совершить еще одну крупную террористическую атаку в США такая же или выше, чем 11.09.2001 г. [5].

На вопрос, почему не было еще одной серьезной атаки на США, 43% респондентов отметили усилия правительства в этом вопросе, а 35% говорили о простом везении для их страны. В целом, несмотря на убийство Усамы бен Ладена, многие опрошенные отмечают, что США не захватили и не убили большинство ответственных за теракты 11 сентября (47%), а войны в Ираке и Афганистане либо увеличили риск терроризма в этой стране, либо ничего не изменили.

В сентябре 2001 года 55% респондентов-американцев отрицали мнение о том, что в результате неправильных действий США в своих отношениях с другими странами террористическая угроза для их страны возросла (33% согласились с этой идеей). Сегодня считают, что причиной атак стали правонарушения США в отношении других стран 43% опрошенных, 45% считают, что это не так.

Выводы. Проведенный нами анализ социологических опросов позволяет сделать следующие выводы:

1. Теракты 11 сентября 2001 г. оказали существенное влияние на психологическое состояние граждан США. Многие из опрашиваемых продолжают воспринимать эти события как личную трагедию, которая изменила их жизнь и жизнь всей страны. Сразу после терактов американцы ощущали подавленность, печаль и страх из-за возможности совершения экстремистами новых атак.

2. В проанализированных нами опросах отмечается рост патриотических настроений в обществе, которое выразилось, в том числе, в увеличении поддержки антитеррористических мер правительства в стране, начале военной

кампании в Афганистане, доверии к СМИ, освещающих эти события. Многие опрошенные американцы отмечали готовность идти на жертвы и вести длительную войну с террористическими группировками. Следует отметить, что большая часть респондентов поддержали ограничения властей и военную цензуру в отношении СМИ, освещающих в своих новостных и аналитических передачах события в Афганистане.

3. События 11 сентября повлияли на изменение мнений о правильности антитеррористической политики правительства страны. Так, респонденты отмечали правильность введения дополнительных проверок в аэропортах, правил обязательного ношения национальных удостоверений личности и т.д. В тоже время на протяжении 20 лет подвергалось критике решение властей о контроле за личными данными (оплата счетов кредитными картами, контроль за электронной перепиской, общением в социальных сетях и мессенджерах).

4. В американском обществе за последние 20 лет практически не изменилось мнение американцев о возможности применения пыток против подозреваемых в терроризме. Большинство, особенно в среде республиканцев, считали и продолжают считать их полностью или частично оправданными.

5. За последние два десятилетия изменилось отношение американцев в вопросе поддержки военной кампании в Афганистане. В 2001 г. большая часть американцев полностью поддерживали борьбу с терроризмом на территории другой страны, но после убийства лидера «Аль-Каиды» Усама бен Ладена в мае 2011 г. респонденты восприняли с облегчением и высказали желание начать вывод войск из Афганистана. В дальнейшем эти настроения только росли. В 2021 г. большая часть опрошенных поддержало решение Дж. Байдена завершить военное присутствие в этой стране, но при этом отметило, что своих целей в борьбе с терроризмом США не достигли.

6. Несмотря на усилия правительства и президента США Дж. Буша-мл. в американском обществе стали настороженно относиться к представителям исламской веры и выходцам из стран Ближнего Востока. Многие мусульмане – жители Америки отмечают, что они лично стали жертвой каких-либо дискриминаций.

В целом, можно отметить, что события 11 сентября 2001 г. оказали существенное влияние на систему ценностей и мировоззрение американцев. Дальнейший анализ данной темы представляет собой особый интерес, так как

вывод в 2021 г. войск США и их союзников из Афганистана может повлиять на мировоззрение и ценности жителей США в дальнейшем. В свою очередь последнее представляет интерес для других стран, в том числе и дипломатов России, в рамках определения внешней политики и понимания внутривнутриполитических процессов в Соединенных Штатах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. After 17 years of war in Afghanistan, more say U.S. has failed than succeeded in achieving its goals. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/10/05/after-17-years-of-war-in-afghanistan-more-say-u-s-has-failed-than-succeeded-in-achieving-its-goals/> (дата обращения: 23.10.2021).

2. One Year Later: New Yorkers More Troubled, Washingtonians More On Edge. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2002/09/05/one-year-later-new-yorkers-more-troubled-washingtonians-more-on-edge/> (дата обращения: 23.10.2021).

3. Two Decades later, the Enduring Legacy of 9/11. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2021/09/02/two-decades-later-the-enduring-legacy-of-9-11/#9-11-transformed-u-s-public-opinion-but-many-of-its-impacts-were-short-lived> (дата обращения: 23.10.2021).

4. United in Remembrance, Divided over Policies. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2011/09/01/united-in-remembrance-divided-over-policies/> (дата обращения: 23.10.2021).

5. 15 Years After 9/11, a Sharp Partisan Divide on Ability of Terrorists to Strike U.S. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2016/09/07/15-years-after-911-a-sharp-partisan-divide-on-ability-of-terrorists-to-strike-u-s/> (дата обращения: 23.10.2021).

6. American Psyche Reeling From Terror Attacks. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2001/09/19/american-psyche-reeling-from-terror-attacks/> (дата обращения: 23.10.2021).

7. Bush and Public Opinion. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2008/12/18/bush-and-public-opinion/> (дата обращения: 23.10.2021).

8. Majority of U.S. public favors Afghanistan troop withdrawal; Biden criticized for his handling of situation. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2021/08/31/majority-of-u-s-public-favors-afghanistan-troop-withdrawal-biden-criticized-for-his-handling-of-situation/>. (дата обращения: 23.10.2021).

9. Muslims are a growing presence in U.S., but still face negative views from the public. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2021/09/01/muslims-are-a-growing-presence-in-u-s--but-still-face-negative-views-from-the-public/>(дата обращения: 23.10.2021).

10. Post September 11 Attitudes. Religion more prominent; Muslim-Americans more accepted. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2001/12/06/post-september-11-attitudes/> (дата обращения: 23.10.2021).

11. Public “Relieved” By bin Laden’s Death, Obama’s Job Approval Rises. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2011/05/03/public-relieved-by-bin-ladens-death-obamas-job-approval-rises/> (дата обращения: 23.10.2021).

12. Public Trust in Government: 1958-2021. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2021/05/17/public-trust-in-government-1958-2021/> (дата обращения: 23.10.2021).

13. Record Number Favors Removing U.S. Troops from Afghanistan. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2011/06/21/record-number-favors-removing-u-s-troops-from-afghanistan/> (дата обращения: 23.10.2021).

14. Terror Coverage Boost News Media’s Images. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2001/11/28/terror-coverage-boost-news-medias-images/> (дата обращения: 23.10.2021).

УДК: 327: 327.7

**ИНСТИТУТ МИРА АЛАНДСКИХ ОСТРОВОВ И ЕГО ВЛИЯНИЕ
НА УРЕГУЛИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ В
СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ПОЛИТИКЕ**

**THE INSTITUTE OF PEACE OF THE ALAND ISLANDS AND ITS
INFLUENCE ON THE SETTLEMENT OF TERRITORIAL CONFLICTS
IN MODERN WORLD POLITICS**

А.О. Гущина,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: 20145w@gmail.com

A.O. Gushchina,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

А.И. Егорова,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: alexandra.ego@mail.ru

A.I. Egorova,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

А.Ю. Мохорова,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: mokhorova@list.ru

A.Yu. Mokhorova,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. В статье рассматривается степень влияния Института мира Аландских островов (ИМАО) на разрешение территориальных вопросов в мировой политике, при этом

раскрывается сфера деятельности данной организации. Также для понимания происхождения ИМАО раскрывается понятие особого статуса Аландских островов. При этом показывается место Аландов в мировой политике. В статье объясняется, каким образом Институт мира Аландских островов влияет на урегулирование различных противоречий на международной арене. В дополнение разъясняются методы оказания определенного влияния Института мира Аландских островов на мировую политику. Статья также содержит конкретные примеры вклада Института мира Аландских островов в разрешение территориальных конфликтов. Изложенные примеры дают четкое обоснование каким образом ИМАО влияют на разрешение территориальных конфликтов в частности и на международные отношения в целом.

Abstract. The paper considers the impact of The Aland Islands Peace Institute (APII) in conflicts regulation in world politics, revealing its sphere of activity. In order to comprehend the origin of the APII the special political status is also revealing. At the same time the place in world politics is demonstrating. The paper explains whence the organization influences on various territorial conflicts regulation on the global stage. Additionally, the paper explains how the APII can have some influence on world politics. The paper also includes concrete examples concerning the influence. Suggested examples clearly explain how the APII exerts influence to territorial conflicts regulation in particular and to international relations in common.

Ключевые слова: МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ, МИРОВАЯ ПОЛИТИКА, УРЕГУЛИРОВАНИЕ КОНФЛИКТОВ, ОСОБЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ СТАТУС, АЛАНДСКИЙ ВОПРОС, АЛАНДСКИЕ ОСТРОВА

Keywords: INTERNATIONAL RELATIONS, WORLD POLITICS, CONFLICTS REGULATION, SPECIAL POLITICAL STATUS, THE ALAND ISLANDS' QUESTION, THE ALAND ISLANDS

Случай Аландских островов уникален в своем роде и представляет собой хороший пример разрешения международных вопросов, таких как получение особого статуса автономной и суверенной территории. Аландский вопрос примечателен не только получением автономии на своей территории, но также и расширением прав и полномочий Лагтинга, парламента Аландских островов. Целью данной статьи является обозначение влияния Института мира Аландских островов на международные отношения, в частности, на разрешение территориальных конфликтов в настоящее время. В исследовании используется метод анализа деятельности института с использованием отчетов исследователей-представителей данной организации.

История развития Аландского вопроса относится к началу XIX века, когда в 1809 году он официально был поднят во время переговоров в Фридрихсгаме [1, С. 70]. К началу XX века споры вокруг Аландского вопроса обострились, и положением архипелага заинтересовалась Швеция. Своё право на острова шведы обосновывали утратой силы Фридрихсгамского мирного договора 1809 года и большим количеством этнических шведов на архипелаге. Финляндия была крайне возмущена и обеспокоена этими притязаниями, и 6 мая 1920 года парламентом Финляндии был принят Акт об автономии Аландских островов. Однако даже постановление о создании собственных автономных учреждений не способствовало разрешению конфликта. Тогда в 1921 году Лига Наций взяла на себя мирное разрешение спора между Швецией и Финляндией относительно установления суверенитета над островами, принимая во внимание и интересы самих жителей Аландских островов. Совет Лиги Наций в своей Резолюции 24 и 27 июня 1921 года признал суверенитет Финляндии над Аландскими островами. В то же время требовались дополнительные гарантии для аландцев, которые Финляндия обязалась соблюдать. В 1922 году Финляндия приняла Закон о Гарантиях, содержащий необходимые положения. Закон об Автономии вступил в силу в 1921 году и изменен Законом о Гарантиях, после чего был заменен законом 1951 года, который также впоследствии был изменен в 1991 году. Он вступил в силу 1 января 1993 года и остаётся действующим по сей день. В настоящее время Закон об Автономии [2] занимает особое положение в конституции Финляндии [3, С. 18].

Аландская автономия существует уже 100 лет и является старейшей действующей автономией. Уникальность положения архипелага определяется демилитаризованным статусом и широким самоуправлением Аландских островов. В вопросах, касающихся внутренних дел региона, законы, принятые лагтингом, выше финского парламента, также аландцы имеют собственное гражданство. На дела, относящиеся к внешней политике Финляндии, Аландские острова не могут влиять напрямую [4, С. 128–130]. Тем не менее, после вступления Финляндии в Европейский союз в 1995 году был подписан специальный протокол, регулирующий отношения между островами и ЕС. Протокол не только гарантирует сохранение автономного статуса, но и определяет его особый экономический статус в рамках ЕС как третьей

территории в отношении косвенного налогообложения. Примечательно и то, что во время решения тех или иных вопросов в сфере международных отношений мнение правительства Аландских островов обязательно должно учитываться [5, С. 16]. Так как Финляндия является активным участником в европейских проектах по безопасности, статус Аландов должен приниматься во внимание во всех мероприятиях. Например, при решении всё ещё незавершенного вопроса о вступлении Финляндии в НАТО учитывается и оговаривается особый статус Аландских островов [5, С. 33]. В настоящее время Европейский союз стремится развивать свой собственный военный потенциал вне зависимости от НАТО. В то же время ЕС продолжает сотрудничество, и финское правительство поддерживает эту политику. В интересах Финляндии усиление военного потенциала ЕС и поддержание хороших отношений с НАТО, что делает возможным присоединение к союзу при необходимости. Несмотря на то, что такая политика Европейского союза в отношении Организации Североатлантического договора не противоречит демилитаризованному статусу архипелага, тем не менее, членство Финляндии в ней в ближайшем будущем маловероятно во многом благодаря положению Аландских островов [5, С. 16–17]. Кроме того, правительство Аландских островов имеет право участия в подготовке национальных позиций Финляндии до принятия решений в ЕС [2, С. 23]. Особый статус Аландов прописан в протоколе №2 договора о присоединении Финляндии (Finnish Accession Treaty) [6, С. 34].

Как известно, вступление в Европейский союз расширило сферы влияния региона за счет его «европеизации» и статуса Аландских островов как «Островов мира» [7, С. 85] в мировом сообществе. Такой статус Аландов, представляющих собой пример мирного урегулирования конфликтов, поддерживается Министерством иностранных дел из-за возможности представить Финляндию толерантным государством, придерживающимся плюрализма и мультикультурного развития [7, С. 86]. Поддержке такого образа во многом способствует деятельность независимой неполитической и нерелигиозной организации Института мира Аландских островов, созданной в 1992 году. Организация занимается научными исследованиями в областях безопасности, уделяет внимание вопросам самоуправления, национальных меньшинств, участвует в различных международных проектах. Основная цель

деятельности Института мира Аландских островов – содействие мирному урегулированию конфликтов и их предотвращению [8].

Особое место в исследованиях Института мира Аландских островов занимает анализ примера Аландских островов, изучение его функций и места использования в разрешении различных конфликтах, основанных на спорах о самоуправлении, необходимости защиты отдельных этносов, религиозных, языковых особенностей и т.д. В частности, Институтом мира Аландских островов было обнаружено, что пример «Островов мира» может использоваться не только как модель административной системы и учреждений автономии и иллюстрировать важные для разрешения конфликта нормы, ценности и принципы, но и своеобразным вдохновением как для поиска, продвижения причин конфликтов акторами, так и для начала процесса поиска решений для мирного урегулирования конфликтов. Также Институт мира выступает как нейтральное и безопасное место для проведения переговоров [9, С. 63].

С момента своего создания Институт мира Аландских островов содействует мирному урегулированию многих конфликтов путём проведения встреч, семинаров, направленных на разрешение конфликтов, а также путём посещения архипелага делегатами многих стран и участия представителей Института мира Аландских островов в различных научных конференциях. Только за период 1992–2018 гг. в официальных документах содержится информация о 461 случае получения группами или отдельными лицами информации о примере Аландских островов [9, С. 51]. В частности, документально подтверждено 9 контактов между Аландскими островами и Грузией за 1996–2011 гг. В 2007 году бывший президент Грузии Михаил Саакашвили лично посетил Аландские острова. За годы взаимодействия стран и регионов были изучены различные модели разделения властей, возможность создания автономии и способы её образования [9, С. 21]. Гагаузское национальное движение заявило об автономии в 1989 г., а в декабре 1994 года законом об особом правовом статусе Гагаузия получила статус автономного образования в составе Молдовы в декабре 1994 года. Закон разработан при содействии Совета Европы и Верховного комиссара ОБСЕ по делам национальных меньшинств и принят парламентом Молдовии. Петр Пашалы, первый председатель Народного Собрания Гагаузии с 1995 по 1999 г., заметил,

что авторы закона во многом опирались на пример Аландских островов и других автономий. Уже после создания автономного территориального образования Гагузии пример Аландских островов был изучен в процессе поиска решений по улучшению отношений с Молдовой. В 2000-х годах эксперты Института мира Аландских островов не раз приглашались в Европейский центр по проблемам меньшинств, занимавшийся тогда этим вопросом. В 2016 году архипелаг посетили представители Парламента Молдовы и Народного собрания Гагаузии с целью изучить разделение компетенций в отношениях между правительствами Финляндии и Аландских островов как между центром и автономией [9, С. 28–29].

Наиболее ярким примером деятельности Института мира Аландских островов является его содействие в поиске решения мирного урегулирования Карабахского конфликта. В 1993 году в Бишкеке Институт мира Аландских островов при сотрудничестве с Межпарламентской ассамблеей СНГ и МИДа России организовал встречу для членов парламента Нагорного Карабаха, Азербайджана и Армении. Затем в 1994 году в Бишкеке прошла ещё одна встреча, на которой присутствовала делегация лагтинга во главе со спикером Роджером Янссоном. Обсуждение модели Аландских островов, рассмотрение и изучение их примера как «Островов мира» не прекращается до настоящего времени. Начиная с 1992 года Аландские острова посетили более 20 раз. Изданную Институтом мира Аландских островов публикацию «Острова мира» перевели на армянский, азербайджанский и русский [9, С. 36]. Такое внимание к модели Аландских островов можно объяснить определенным сходством между конфликтами этих регионов. Нагорный Карабах, как и Аланды до 1917–1918 гг. находился под властью Российской империи, его население также представляет собой меньшинство, принадлежащее соседнему родственному государству, и для обеих территорий одним из приоритетов является сохранение его этнических, социальных особенностей, культуры и предоставление возможности самостоятельного развития. Аландский вопрос был разрешен ещё в первой половине прошлого столетия, тогда как Карабахский конфликт так и не был урегулирован, в настоящее время разрешением этого вопроса занимается ОБСЕ, которая рассматривала модель Аландских островов как одну из возможных для урегулирования территориальных конфликтов [10, С.113–115].

Институт мира Аландских островов в настоящее время особенно важен, так как он делает упор на изучение территориальных конфликтов и предлагает в своих исследованиях пути решения проблем мирового сообщества на основе примера Аландских островов. В частности, среди исследователей Аландского института мира существует выделение определенных успешных факторов, которые способствуют урегулированию международных конфликтов на основе случая Аландских островов. Речь идет о таких факторах как «Демократия», «Партийная система», «Экономические различия», «Финансирование», «Социальная структура», «Гражданское общество». Изучив случай Аландских островов и выделив главные критерии, ведущие к успеху урегулирования острых вопросов, стало возможным судить и изучать также и прочие живые примеры приобретения автономии другими территориями на мировой арене. К альтернативным случаям можно отнести такие примеры как о. Бугенвиль, Гагаузия и Южный Тироль [11, С. 30].

Институт мира Аландских островов занимается различными теоретическими исследованиями, касающимися национальных меньшинств, самоуправления. Особенное место в его деятельности занимает способствование мирному урегулированию территориальных конфликтов на мировой арене, поиск наиболее подходящих решений. В рамках этого направления Институт мира Аландских островов устраивает различные конференции, семинары, встречи, выпускает публикации, распространяет результаты исследований и принимает делегатов акторов международных отношений. Он занимается распространением так называемого примера «Островов мира», способствует укреплению авторитета Финляндии как посредника в подобных спорах. Институт мира Аландских островов не является наиболее авторитетной неправительственной организацией, но его вклад также влияет на разрешение территориальных вопросов в современной мировой политике, возможно, не напрямую, но косвенно.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Востров А.В. «Ключ от Стокгольма»: Аландские острова в период русско-шведских войн 1700-1809 гг. // Санкт-Петербург и страны Северной Европы: Материалы Девятнадцатой ежегодной научной конференции (25-26 апреля 2017 г.) / Под ред. В.Н. Барышникова, П.А. Кротова. – СПб.: РХГА, 2018. С. 70.

2. Act on the Autonomy of Åland (1991/1144) // United Nations Peacemaker. – URL: <https://peacemaker.un.org/finlandsweden-autonomyaland93> (Дата обращения: 25.10.2021).
3. Alessi N.P. A Key Factor for Successful Autonomous Systems? The Cases of the Italian Special Regions and the Åland Islands // *Journal of Autonomy and Security Studies*. 2021. № 5(1). Pp. 10–21.
4. Дерябин Ю. С. Аландские острова: особая автономия потомков викингов // *Современная Европа*. 2009. № 4(40). С. 124–131.
5. Heinikoski S. The Åland Islands, Finland and European Security in the 21st Century // *Journal of Autonomy and Security Studies*. № 1(1) 2017. Pp. 8–45.
6. Gustafsson A. Aspects regarding the Svalbard demilitarisation in relation to Norway joining the Atlantic Alliance in 1949, and reflections on the Åland Islands' demilitarised and neutralised status in the event of a Finnish NATO accession // *Journal of Autonomy and Security Studies*, № 2(2) 2018. Pp. 10–53.
7. Joenniemi P. The Åland Islands: Neither local nor fully sovereign // *Cooperation and Conflict*. 2014. № 49(1). Pp. 85–86.
8. About us. // Åland fredsinstitut. - URL: <https://peace.ax/en/about-us/> - (Дата обращения: 25.10.2021).
9. Simolin S. The Åland Example in Use 1990-2019 - Where, When, How, Why and by Whom? // Report from the Åland Islands Peace Institute No. 1–2020. Pp. 21–63.
10. Makili-Aliyev K. Comparing the Åland Islands Precedent and the Nagorno-Karabakh Conflict // *Journal of Autonomy and Security Studies*. № 2(2) 2018. Pp. 106–117.
11. Schulte F. Conflict Regulation through Self-Rule – Success Factors of Territorial Autonomy Systems // Report from the Åland Islands Peace Institute No. 1/2015. Pp. 29–74.

**ПАРЛАМЕНТСКАЯ ДИПЛОМАТИЯ В КОНТЕКСТЕ
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

**PARLIAMENTARY DIPLOMACY IN THE CONTEXT OF
INTERNATIONAL RELATIONS**

Я.С. Фадина,

Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: st089372@student.spbu.ru

I.S. Fadina,

Saint-Petersburg State University
(Saint Petersburg, Russia)

А.С. Матвеевская,

Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: a.matveevskaya@spbu.ru

A.S. Matveevskaya,

Saint Petersburg State University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. В статье рассматривается парламентская дипломатия как одна из форм международного сотрудничества государств. Анализируя понятие парламентской дипломатии как инструмента международных отношений, авторы раскрывают ответы на такие вопросы как: тактика парламентской дипломатии в условиях глобализации и проявление устоявшихся традиций, роль парламентской дипломатии в современной мировой политике и расширение ресурсной базы. Делается вывод о том, что различные организации «планетарного» масштаба и парламентские объединения могут выступать полноправными акторами мировой политики, так как влиятельный фактор в принятии актуальных проблем принадлежит парламентской составляющей межгосударственных отношений.

Abstract. The article examines parliamentary diplomacy as one of the forms of international cooperation between states. Analyzing the concept of parliamentary diplomacy as an

instrument of international relations, the authors reveal answers to such questions as: the tactics of parliamentary diplomacy in the context of globalization and the manifestation of established traditions, the role of parliamentary diplomacy in modern world politics and the expansion of the resource base. It is concluded that various organizations of the "planetary" scale and parliamentary associations can act as full-fledged actors in world politics, since an influential factor in the adoption of urgent problems belongs to the parliamentary component of interstate relations.

Ключевые слова: ПАРЛАМЕНТ, ДИПЛОМАТИЯ, ГОСУДАРСТВО, МИРОВОЕ ПРОСТРАНСТВО, ДЕМОКРАТИЯ, СОТРУДНИЧЕСТВО

Keywords: PARLIAMENT, DIPLOMACY, STATE, WORLD SPACE, DEMOCRACY, COOPERATION

Парламентская дипломатия на протяжении долгого времени являлась одной из важнейших форм международного взаимодействия. Актуальность данной темы обусловлена тем, что в настоящее время, она также занимает высокие позиции и постепенно набирает обороты для более активного развития с целью укрепления взаимопонимания и установления взаимовыгодного сотрудничества государств в разных направлениях [1]. Парламентской дипломатии удалось успешно занять место и стать связующим звеном между дипломатией на исполнительном уровне и народной дипломатией, так как именно благодаря ей можно найти равновесие между позицией государственных органов и национальными интересами народов разных стран. Такое межпарламентское взаимодействие, безусловно, имеет определенные задачи, в которые входит разработка предложений для обсуждения, контроль за исполнением межправительственных соглашений, поиск общих взглядов по политическим вопросам и многое другое [2].

Парламентская дипломатия в основном затрагивает такие сферы, как взаимодействие государств и интеграция [3], «мягкая сила» как инструмент роли парламента [4], рассмотрение понятия «парламентского измерения» [5]. Можно сказать, что сам институт парламентской дипломатии постепенно формирует свою независимую сферу научных исследований. Однако, учитывая стремительно развивающиеся международные взаимодействия и различные процессы, понятие парламентской дипломатии и ее роль в современном мире претерпели значительные перемены. В связи с тем, что в большой степени расширились интеграционные практики [6], сотрудничество

парламентов преимущественно приобрело внешнеполитический характер, в результате чего парламент получил представительскую функцию. Именно поэтому парламентскую дипломатию рассматривают в качестве механизма внешней политики, которая образовалась на границе дипломатии народной и профессиональной [7].

Принимая во внимание историю и современные реалии, нельзя не оценить позиции дипломатии в условиях усиления процесса глобализации, который размывает границы и стирает языковые барьеры. Парламентская дипломатия очень уверенно проявляет себя в таких ситуациях, показывая свою независимость, а именно способность предотвращать любые попытки международных акторов в расшатывании суверенитетов. Таким образом, данный вид дипломатии предстает в качестве посредника, имеющего возможность контролировать и регулировать источники нестабильности. Такие полномочия повышают авторитет парламентской дипломатии и укрепляют ее позиции в мировом пространстве. Более того, в настоящее время парламентаризм стал восприниматься как новое эффективное явление мировой политики [8], которое подтверждает наличие разнообразных форм парламентской демократии в нынешних условиях развития мирового сообщества и распространение его использования для налаживания мостов между государствами с целью их сотрудничества [9]. Парламентская дипломатия превратилась в независимый механизм участия законодательных органов в международных отношениях [10] помимо того, что она уже обладала такими функциями, как налаживание работы и функционирования международных организаций в соответствии с принципами парламентаризма.

Однако, в чём заключается цель парламентской дипломатии в XXI веке? В целом, нужно сказать, что целью парламентской дипломатии является как создание законодательного фундамента международных отношений, так и налаживание связей между государствами. Эти цели также влекут за собой необходимость повышения легитимности межправительственных институтов, повышение взаимопонимания государств и контроля над правительством. Важно отметить, что всё ранее перечисленное имеет место и в современной парламентской дипломатии.

Ресурсы парламентской дипломатии и ее потенциал постоянно увеличиваются. Как уже было отмечено, ее востребованность сегодня велика

и в будущем будет только приумножаться. В первую очередь, это связано с тем, что как раз парламентарии способствуют налаживанию диалога государственной власти со своими гражданами и устранению недоверия населения к деятельности структур государственного управления. Наиболее эффективными традиционными практиками парламентской дипломатии являются поддержание связей с политическими силами [11], разрешение конфликтов, налаживание дипломатических отношений, влияние на общественное мнение за пределами своего государства [12].

Российская Федерация обладает уникальной историей парламентской дипломатии. Она обладает характерными признаками и элементами. Во-первых, парламентская дипломатия основывается на богатой нормативной базе, представленной национальным и международным компонентом [13]. Во-вторых, парламентская дипломатия наделена такой характерной чертой, как представительная природа. Основным звеном легитимации власти демократического процесса в современном обществе являются органы народного представительства [14]. В-третьих, парламентская дипломатия имеет высокий уровень транспарентности, обладает гибким и оперативным характером в отличие от дипломатических инструментов исполнительной власти. Независимость законодательной власти позволяют иметь более открытые и откровенные отношения в международном сотрудничестве [15]. Здесь компромиссы, договоренности и дискуссии имеют место быть, так как парламент не заключен в рамки официального дипломатического протокола. Огромная роль парламента заключается в продвижении и защите позиций России на площадках международных и региональных организаций и парламентских ассамблей.

Парламентская дипломатия выступает серьезным участником в обеспечении международной безопасности как с точки зрения тематической направленности (национальной, экономической, защита окружающей среды и т.д.), так и с точки зрения вовлеченности международных акторов, которые также принимают активное участие в осуществлении безопасности. Парламентская дипломатия может быть достойным участником урегулирования напряженных международных ситуаций на основе идеологических разногласий и вполне способна сделать процесс поиска компромиссов намного проще.

Парламентарии также принимают активное участие в выявлении и обсуждении глобальных проблем на общемировом уровне. Такие проблемы, как миграция населения, терроризм, национализм, наркотрафик, дискриминация и многие другие заставляют парламентариев работать над поисками эффективных решений [16]. Важен факт того, что возросла роль парламентариев и в урегулировании конфликтов, которые проводятся в переговорных форматах. Следовательно, характеристики парламентской дипломатии дают возможность законодательным органам власти принимать активное участие в международных отношениях.

Довольно часто парламенты осуществляют многоступенчатую деятельность, это в свою очередь говорит о том, что в политическом и институциональном статусе парламентская дипломатия наделена большим количеством средств влияния во внешней политике. Однако нельзя дать точную оценку самым эффективным и наименее эффективным формам такой дипломатии. Каждый раз в разных условиях механизмы парламентской дипломатии принимают на себя новые функции и роли.

В заключение хочется отметить, что парламентская дипломатия во все времена была необходима и регулярно использовалась в каких-либо международных процессах, да и в настоящее время практика такого вида дипломатии все больше и больше стала осваивать новые механизмы действия и выходить за рамки конкретных комитетов по международным делам. Это вполне естественный процесс, потому что роль парламентов возрастает, а вместе с ним появляется необходимость активации новых процессов взаимодействия и международного сотрудничества.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Барышников Д.Н. Дипломатия в глобальную эпоху: теория и практика // Диалог: политика, право, экономика. 2017. № 4 (7). С. 20-26.
2. Евсева Л.И., Матвеевская А.С., Тараканова Т.С. Политическая коммуникация в условиях цифровизации. Коммуникативные стратегии информационного общества. Труды XI Международной научно-теоретической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та. 2019. С. 195-197.
3. Зайцева А. А. Парламентская дипломатия БРИКС // Международная жизнь. 2015. №. 13. С. 91-96.

4. Азис Н. М. Интеграционные процессы и роль парламентаризма как «мягкой» силы // Научные труды Республиканского института Высшей школы. Минск, 2017. № 1 (17). С. 3-10.
5. Когут В. Г. Актуальные аспекты развития Евразийской интеграции сквозь призму парламентского измерения содружества // Национальная безопасность и стратегическое планирование. 2017. № 2 (18). С. 8-13.
6. Шипунова О.Д., Евсеева Л.И. Тренды политического участия в сетевом обществе. Четвертая промышленная революция: реалии и современные вызовы. Четвертая промышленная революция: реалии и современные вызовы. X Юбилейные Санкт-Петербургские социологические чтения. сборник материалов Международной научной конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та. 2018. С. 488-491.
7. Косов Ю. В., Торопыгин А. В. Содружество Независимых Государств: Интеграция, парламентская дипломатия и конфликты. М.: Аспект Пресс, 2012. С. 203.
8. Ermolina M.A., Matveevskaya A.S., Zeleneva I.V. Dialogue of civilization – new model of world politics // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences. 2017. С. 829-836.
9. Нарышкин С. Е., Хабриева Т. Я. К новому парламентскому измерению Евразийской интеграции // Журнал российского права. 2012. №8 (188). С. 5-15.
10. Лагутина М.Л. Публичная дипломатия на Евразийском пространстве // Актуальные проблемы мировой политики. Ежегодный альманах. СПб., 2019. С. 393-399.
11. Евсеева Л.И., Тимофеева Е.П., Шипунова О.Д. Сетевая коммуникация в модернизации публичной сферы. Технологии PR и рекламы в современном обществе. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС. 2020. С. 151-156.
12. Тараканова Т.С. Политические коммуникации: теория и практика. Политология. Конспект лекций. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. С. 234-249.
13. Варлен М. В. О возрастающей роли парламентской дипломатии в многополярном мире // Международное право. №7 (152). 2019. С. 58-59.
14. Фадеев В. И., Варлен М. В. Депутатский мандат в Российской Федерации: конституционно-правовые основы. М.: Норма, 2008. С. 8.
15. Танова А.Г., Евсеева Л.И. Информационные технологии в политике. Технологии PR и рекламы в современном обществе. Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Под ред. И.Р. Тростинской. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та. 2017. С. 178-184.
16. Evseeva L.I., Bashkarev A.A., Pozdeeva E.G., Tarakanova T.S. Technologies of political system modernization in new communicative environments // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences. 2017. С. 349-356.

**ПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ И
КОЛЛЕКТИВНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

**POLITICAL SCIENCE CONCEPTS OF INTERNATIONAL AND
COLLECTIVE SECURITY**

Ю.В. Ключев,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: klyuev_yuv@spbstu.ru

Yu.V. Klyuev,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Д.В. Зубко,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: zubko_dv@spbstu.ru

D.V. Zubko,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. Нарастание темпов экономической и политической глобализации усиливает необходимость консолидации акторов международного политического процесса в части противодействия внешним угрозам. Актуализируется запрос на обеспечение безопасности человека, государства, общества на национальном, региональном и глобальном уровнях. Указанные обстоятельства свидетельствуют о необходимости системного изучения феномена безопасности личности, государства и мира с учетом исторических и теоретических представлений о концепциях безопасности.

Abstract. The increasing pace of economic and political globalization reinforces the need to consolidate the actors of the international political process in terms of countering external threats. The request for ensuring the security of a person, state, society at the national, regional and global levels is being updated. These circumstances indicate the need for a systematic study

of the phenomenon of security of the individual, the state and the world, taking into account historical and theoretical ideas about security concepts.

Ключевые слова: МЕЖДУНАРОДНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ, КОЛЛЕКТИВНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ, КОНЦЕПЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ, ГЛОБАЛЬНЫЕ УГРОЗЫ, ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Keywords: INTERNATIONAL SECURITY, COLLECTIVE SECURITY, CONCEPTS OF INTERNATIONAL SECURITY, GLOBAL THREATS, INFORMATION SECURITY

Потребность человека, общества и государства в обеспечении своей безопасности является базовой и существенной необходимостью. Интуитивное осознание человечеством необходимости обеспечения вокруг себя безопасной среды впервые было оформлено в качестве философской категории мыслителями Античности. Об индивидуальной безопасности рассуждали Сократ и Платон. Идею безопасности как социальной категории и связь безопасности с разумным государственным устройством впервые обосновал Аристотель [1].

Попытки научной разработки парадигмы безопасности с точки зрения внутригосударственных и международных отношений были предприняты в эпоху Возрождения Н. Макиавелли и Т. Гоббсом. Государство выступает в трактатах философов эпохи Возрождения в качестве гаранта безопасности жизни, здоровья, имущества граждан внутри страны, оберегает их от посягательств извне.

Н. Макиавелли писал о безопасности личности и незыблемости частной собственности как о фундаменте государства [2]. Т. Гоббс объяснял предпосылки возникновения государства потребностью общества в гарантированной безопасности, т.е. в защите жизни граждан, обеспечении мира. Согласно высказываниям Т. Гоббса, граждане делегируют власти часть своей первоначальной свободы в обмен на мир и безопасность, таким образом человек отказывается от насилия с целью обеспечения мирного сосуществования индивидов, сообществ и государств [3].

Первый философ эпохи Просвещения Дж. Локк развил идеи Т. Гоббса, придав им гуманистический характер. Генеральная идея Дж. Локка заключалась в приоритетности личной безопасности над безопасностью

государства. Эта позиция рядом исследователей расценивается как несостоятельная, вызывает критику политологов. Дж. Локк способствовал проникновению положений теории безопасности в политический дискурс государств того времени, что проявилось в значимых политических документах эпохи. Такими являются английский Билль о правах 1689 г., Декларация независимости США 1776 г., французская Декларация прав человека и гражданина 1789 г. [4].

Углубление научного интереса к исследованию концепта «безопасность» произошло в период XX-XXI вв. и было обусловлено тяжелыми потрясениями и последствиями Первой мировой и Второй мировой войн. Холодная война между ведущими державами СССР и США, угроза новой глобальной войны способствовали более внимательному, скрупулезному изучению феномена международной безопасности. Политическими экспертами система международных отношений была признана недостаточно эффективной, имеющей анархичную природу. В связи с этим были предприняты комплексные попытки сбалансировать международные отношения в интересах мирного развития и безопасности государств, создать и укрепить систему устойчивой международной безопасности во избежание новых глобальных потрясений. Именно в XX в. создаются первые международные организации глобального и регионального уровней, целью которых является совместное противодействие стран-участников внешним угрозам, сотрудничество в военной, финансово-экономической, социальной сферах.

Социально-политические изменения и глобальные вызовы XX и XXI вв. выявили необходимость дифференцированного подхода к обеспечению международной безопасности. Классификация сфер международной безопасности происходит по принципу необходимости консолидации международного сообщества в областях: здравоохранения (в том числе для предотвращения и остановки эпидемий и пандемий); духовной, финансовой безопасности; продовольственной, культурной, информационной безопасности; экологической, энергетической и демографической безопасности. Не менее важной является консолидация мирового сообщества и национальных государств в борьбе с угрозами бедности, преступности, терроризма, распространения и использования оружия массового поражения.

В XX-XXI вв. исследователями международных отношений были предложены системные типологии и модели безопасности, определены уровни безопасности – национальная, региональная, глобальная.

Основу теорий и концепций безопасности составляют национальная, региональная и международная безопасность, обеспечивающая развитие устойчивой системы международных отношений и международного сотрудничества.

Национальная безопасность – компонент международной безопасности, на основе которого обеспечивается самосохранение нации, суверенность и самостоятельность в принятии государством политических, экономических, юридических решений, выборе им формы правления, ценностных установок и т.д. Для России основным документом, регулирующим внутригосударственные и внешние действия с позиции обеспечения национальной безопасности является Указ Президента Российской Федерации от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации».

Региональная безопасность – существенный компонент международной безопасности, характеризующий состояние безопасности стран отдельных регионов мира в части отсутствия военных конфликтов и угроз в регионе, и также угроз региону со стороны других государств, наличия экономической стабильности.

Под международной безопасностью понимается такое состояние межгосударственных отношений, которое отвечает интересам отдельных государств и в то же время не противоречит глобальным интересам мирового сообщества. Как правило, положения международной безопасности закреплены в уставах международных организаций и законодательных актах, составляющих основу международной правовой системы.

Среди основных теорий обеспечения безопасности можно выделить теоретическую школу политического реализма (представители: Э. Карр, Г. Моргентау, З. Бжезинский, С. Хоффман и др.), либеральный идеализм (представители: Д. Най, Р. Кохейн, Ф. Закария), неомарксистскую концепцию (И. Валлерстайн), конструктивный подход (представители: А. Вендт, Н. Онуф), группу феминистских концепций (представители: С. Виртворт, С. Энлоу).

С позиции *политического реализма* международной безопасности противостоят угрозы военно-политического характера. Под безопасностью, таким образом, понимается обеспечение защиты от внешних угроз и агрессии. Государства заключают между собой альянсы, договоры, военно-политические союзы с целью совместных оборонительных или наступательных действий. К таким блокам относятся Организация Североатлантического договора (НАТО), Тихоокеанский пакт безопасности (АНЗЮС), Региональная система обороны (РСО), Организация Договора о коллективной безопасности (ОДКБ). Функции обороны и наступательной поддержки могут выполнять и другие объединения, созданные с целью политического и экономического сотрудничества: Европейский союз (ЕС), Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива (ССАГПЗ), Союзное государство России и Белоруссии (СГРБ).

В концепции *либерального идеализма* международная безопасность обеспечивается через конструктивный диалог между государствами, принятие системы универсальных ценностей, формирование единого подхода к пониманию прав человека.

В концепции либерального идеализма выделяют ряд направлений. Одно из них – *либеральный институционализм* – его сторонниками предлагается активно развивать систему международных правительственных и неправительственных организаций для сотрудничества государств в самых разных сферах.

Другое направление либерального идеализма – *транснационализм*. Согласно его положениям, правительства не играют ключевой роли в современной международной политике, не могут в полной мере обеспечить международную безопасность. В связи с этим необходимо расширение сотрудничества в разных сферах между экономическими и другими элитами национальных государств. Это может способствовать пониманию основными акторами мировой политики и в целом национальными государствами наибольшей пользы от сотрудничества, а не от противостояний, конфликтов и войн.

С позиции *неолиберальной концепции демократического мира* для поддержания международной безопасности необходимо расширение блока государств с демократическими режимами. По мнению представителей этого

направления, демократические режимы в большей степени настроены на диалог с другими государствами, чем авторитарные.

Другое значимое направление неолиберальной концепции – *гуманитарное вмешательство*. Согласно данной концепции, предполагается военное вмешательство во внутренние дела суверенного государства с целью обеспечения безопасности граждан этого государства, подвергнутых опасностям: геноцид, гражданские войны и т.д.

Блок неолиберальных концепций безопасности составляют также концепции *ответственность по защите* и *гуманитарная интервенция*. Это радикальные теории, подразумевающие возможность игнорирования международными организациями суверенитета государства в случае, если государство не может обеспечить безопасность своих граждан.

Другая и наиболее демократичная, учитывающая интересы национальной безопасности позиция в системе неолиберальных концепций, – *коллективная безопасность*. Такая система функционирует на общих принципах, принимаемых и разделяемых мировым сообществом. Коллективная безопасность – это «способ поддержания мира на основе организации суверенных государств, члены которой обязуются защищать друг друга от нападения» [5].

Система коллективной безопасности составляет основу Устава Организации Объединенных Наций (ООН) и включает в себя мирное противодействие конфликтам внутри государств и между ними; подавление актов агрессии; развитие дружественных отношений между государствами на принципах равноправия и самоопределения; разрешение международных проблем социального, экономического, культурного, гуманитарного характера; поощрение и развитие системы прав человека на принципах равноправия [6].

С точки зрения *неомарксистской теории* социальные группы и классы формируют базисное состояние международных отношений. Согласно данной теории, главной угрозой национальной и международной безопасности является разделение общества на богатых и бедных, а гарантом мира является победа коммунистической идеологии во всемирном масштабе [7].

Новейшие концепции международной безопасности – *критические* и *постмодернистские теории*. К ним относятся концепция конструктивизма,

феминизма и ряд других. Социальная теория *конструктивизма* относительно международной безопасности базируется на принципе разного восприятия и оценки различными государствами тех или иных значимых событий. Государства не доверяют друг другу, неохотно принимают внешнюю помощь, предпочитают заниматься самопомощью, это приводит, согласно позиции А. Вендта, к необходимости претворения в жизнь политики обеспечения доверия, создания системы общих знаний и представлений о политическом процессе [8].

Группа *феминистских* концепций предполагает функционирование международной безопасности на принципах полового равноправия, внимания к проблемам и к учету мнения женщин при обеспечении национальной и глобальной безопасности. Указанная теория подвергается критике, в связи с радикальными концепциями, существующими в рамках феминистского направления. Один из кейсов: радикальный феминизм дискриминирует мужчин с правовой и экономической точки зрения, что может способствовать увеличению конфликтных ситуаций.

В современной политической реальности не существует универсальной концепции безопасности. Это обусловлено мировоззренческой, религиозной, социальной и политической неоднородностью мира, направленностью ведущих современных концепций на западнический подход к мироустройству, недоверием государств друг другу. Наиболее предпочтительной из существующих концепций является *концепция коллективной безопасности*, на основе которой функционирует ООН.

Особое внимание при изучении состояния международной безопасности необходимо обратить на источники конфликтов, которые могут приводить к дезорганизации, деформации системы безопасности. В качестве источников потенциальных конфликтов можно выделить борьбу за ресурсы, локальные войны, территориальные притязания, взаимные персональные претензии лидеров государств, проблемы цивилизационного взаимодействия. Указанные источники противостояний могут угрожать национальной, коллективной и международной безопасности.

Существенным источником региональных и мировых конфликтов в информационно-коммуникативной сфере может быть деструктивная деятельность акторов медийного пространства с использованием

инструментов информационных войн и манипуляций. В этом контексте особое место в обеспечении национальной, региональной и международной безопасности занимает информационная безопасность. В современном мире информация, захватив передовые рубежи общественного развития, стала важным фактором, определяющим развитие общества, влияющим на основные направления внутренней и внешней политики государства [9].

Понятие *информационная безопасность* в теории национальной и глобальной безопасности подразумевает состояние защищенности национальных или международных интересов в информационно-коммуникативной среде. Информация в современном мире, в связи с ее стремительным глобальным распространением, стала фактически идеологией, особенно в тех случаях, когда конструируются явно выраженные негативные оценочные суждения относительно лидеров отдельных государств, граждан той или иной страны, цивилизационной идентичности населения государств и регионов мира.

Манипулятивное использование информации с целью дезорганизации государственных и общественных систем в буквальном смысле становится оружием массового поражения, т.е. может уничтожить репутацию национального лидера, спровоцировать гражданские протесты, усилить опасность военного противостояния между государствами. Задача обеспечения информационной безопасности состоит в необходимости ослабления информационной неопределенности и напряженности по поводу реальных и потенциальных угроз средствами регулирования и контроля информационного пространства, а также в наличии возможностей и средств для отражения таких угроз [10].

К внешним угрозам информационной безопасности государства относятся подрывная, в том числе информационно-аналитическая, деятельность разведывательных служб, а также террористических организаций. Заведомо манипулятивная деятельность, в том числе дезинформация, могут способствовать компрометации объективной информации, привести к раскрытию сведений, составляющих государственную тайну. К другим угрозам информационной безопасности относятся стремление ряда государств к информационному доминированию в глобальном информационном пространстве, в том числе через мессенджеры,

новые медиа и социальные сети, вытеснение официальной информации «неудобного» государства с внутреннего и внешнего информационного рынка, применение отдельными структурами, политиками, олигархами технологий информационных войн и манипуляций, нарушение нормального функционирования информационных систем, нарушение сохранности информационных ресурсов, получение несанкционированного доступа к ним.

С позиции обеспечения национальной информационной безопасности государству необходимо развивать и регулярно модернизировать системы защиты информации, осуществлять активную информационно-аналитическую работу, развивать системы и технологии охраны государственной тайны, осуществлять эффективную контрпропагандистскую работу, наблюдать и регулировать деятельность медиа, признанных иностранными агентами.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Аристотель Политика. Афинская полития. – М.: Мысль, 1997. – 460 с.
2. Макиавелли Н. Государь. - М.: ЭКСМО-Пресс: Фолио, 1998. – 656 с.
3. Гоббс Т. Левиафан. М.: Мысль, 2001. – 478 с.
4. Фетисова Ю.В. Анализ эволюции идеи безопасности в ракурсе культуры (Античность – Новое время) // Омский научный вестник. 2009. №2(76). – С. 127-130.
5. Хлопов О.А. Система международной безопасности XXI в.: поиск приемлемой теоретической модели // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. 2019. №1. – 45-57 с.
6. Устав Организации Объединенных Наций (принят в г. Сан-Франциско 26.06.1945) // Действующее международное право. Т. 1. - М.: Московский независимый институт международного права. 1996. – С.7-33.
7. Валлерстайн И. Микросистемный анализ. Введение. – М.: Территория будущего, 2006. – 248 с.
8. Wendt A. Social Theory of International Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – P. 366.
9. Ключев Ю.В. Политический массмедиадискурс в демократическом развитии социума. – СПб: Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина). 2018. – 246 с.
10. Арсентьев М.В. К вопросу о понятии «информационной безопасности» // Информационное общество. 1997. № 4-6. – С. 48-50.

**ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ГЕРМАНИИ В РОССИИ:
ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ**

**THE FORMATION OF THE IMAGE OF GERMANY IN RUSSIA:
FEATURES AND TRENDS**

А.Э. Анужите,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: anuzhitea@rambler.ru

А.Е. Anuzhite,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

З.З. Бахтуридзе,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: zeinabb1000@list.ru

Z.Z. Bakhturidze,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. Обращение к вопросам формирования образа государства в современном мире не является редким, но в то же время не теряет своей актуальности в связи с тем, что это действительно важная составляющая государственной политики, особенно в информационную эпоху. Следует признать, что формирование имиджа – процесс многозадачный, многоуровневый и многоаспектный, имеющий целый ряд измерений. Ретроспектива взаимоотношений Германии и России явно неоднозначна, а учитывая значимость имиджевых позиций в современных международных отношениях, страны заинтересованы в конструировании позитивного образа через культурную, экономическую, социальную и политическую сферы. В статье анализируются особенности формирования имиджа ФРГ в России, а также тенденции и перспективы дальнейшего сотрудничества между ними.

Abstract. Addressing the issues of forming the image of the state in the modern world is not rare, but at the same time it does not lose its relevance since it is a really important component of state policy, especially in the information age. It should be recognized that the formation of an image is a multitasking, multilevel and multidimensional process that has several dimensions. A retrospective of relations between Germany and Russia is clearly ambiguous and given the importance of image positions in modern international relations, countries are interested in constructing a positive image through the cultural, economic, social, and political spheres. The article analyzes the features of the formation of the image of the Federal Republic of Germany in Russia, as well as trends and prospects for further cooperation between them.

Ключевые слова: ИМИДЖ ГОСУДАРСТВА, МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ, МЯГКАЯ СИЛА, РОССИЯ, ГЕРМАНИЯ, ДИПЛОМАТИЯ, КУЛЬТУРА, ОБРАЗОВАНИЕ

Keywords: STATE IMAGE, INTERNATIONAL RELATIONS, SOFT POWER, RUSSIA, GERMANY, DIPLOMACY, EDUCATION, CULTURE

Формирование благоприятного имиджа открывает большие возможности для государств в сфере современных международных отношений. Правильное выстраивание имиджа государства помогает активизировать остальные направления, т.е. имидж, будучи нематериальным активом, формирует целый механизм причинно-следственных связей, который в дальнейшем создает набор иных ресурсов и возможностей. Достойный имидж страны позволяет фиксировать ее экономические и политические успехи на международной арене.

Памятуя о значимости политического лидера для формирования образа страны, хотелось бы отметить, что одним из главных инструментов в формировании благоприятного имиджа Германии является деятельность Ангелы Меркель. Деятельность Ангелы Меркель положительно влияет на имидж государства и нации, поскольку позиции канцлера сильны и устойчивы как внутри страны, так и за рубежом. Анализируя политический образ Ангелы Меркель, возможно выделить ее сдержанность и последовательность, как в словах, так и в действиях. Она не сторонник пускания пыли в глаза, красивых речей и планов, которым в перспективе не суждено сбыться. Ее действия и решения направлены на постепенное развитие государства. Так, например, во время мирового кризиса 2008–2009 гг., несмотря на то, что в это время в Германии резко возросло число банкротств предприятий, повысился рост

безработицы (с октября 2008 года по сентябрь 2009 года без работы остались 3,2 млн человек), наблюдалось отрицательное экономическое развитие, умелая политика выхода из кризиса и устранения последствий кризиса добавили Ангеле Меркель уверенности и успешности [1]. Конечно, нельзя не отметить внешний вид федерального канцлера, ее образ сдержан и элегантен, что вызывает доверие. Она является примером того, как женщина может добиться своей цели и успехов в политике благодаря усердному труду и постоянной работе над собой. В 2019 году Ангела Меркель вновь возглавила список самых влиятельных женщин по версии Forbes.

Одной из самых значимых сфер, где государство может сформировать свой имидж является сфера образования. В настоящее время высококачественное образование является важнейшей ценностью во многих странах [2]. Одним из факторов успешного развития данной сферы можно считать наличие различных источников финансирования в стране. Например, в ФРГ существуют такие источники, как: стипендиальные фонды, стипендии, предоставляемые различными учебными заведениями и другое. Одним из главных преимуществ фондов является то, что они в силах оказывать материальную поддержку одаренным молодым людям в Германии и в других странах. Кроме того, многие крупные университеты Германии проводят различные выставки в разных странах для привлечения иностранных студентов и популяризации немецкого языка. (Deutscher Akademischer Austausch Dienst (DAAD) и Институт Гёте (Goethe-Institut)). Нельзя не выделить программу под названием «Germany – Land of Ideas» («Германия – страна идей»), которая направлена на повышение международной известности Германии. В программу входит проект «Study in Germany», который позволяет иностранным студентам и абитуриентам учиться в Германии по обмену. Но при этом программа «Germany – Land of Ideas» создает благоприятный имидж не только в образовательной сфере. Федеральное агентство по торговле и инвестициям и кампания «Германия – страна идей» разработали и создали проект «Инвестируй в Германию – страну идей», целью которого является улучшение многомерного имиджа Германии как идеального места для ведения бизнеса через эмоциональное обращение к потенциальным инвесторам. Единая центральная идея для всех пяти проектов призвана убедить инвесторов, что в Германии все выдвигаемые идеи успешно реализуются.

Данный проект включает в себя еще 10 подпроектов, начиная от распространения информационных брошюр об инвестиционных возможностях Германии, проведения форумов и заканчивая одной из самых необычных рекламных кампаний с участием немецкой модели Клаудии Шиффер. Так выстраивание имиджа страны вышло на новый уровень, поворот к гламуру, моде. Подиум отодвинул традиционную внешнюю политику [3].

Ещё одной важной сферой для работы над имиджем Германии является культура. Как известно Федеральное Правительство Германии получает ежегодный отчет о внешней политике Германии в области культуры. В отчете за 2020 год подчеркивается тот факт, что «внешняя политика в области культуры является одним из главных направлений влияния немецкой внешней политики, поскольку именно эта сфера предоставляет пространство для общения, создает доверие и понимание, и таким образом закладывает фундамент для долгосрочного партнерства» [4]. Одной из немецких организаций реализующей деятельность в данном направлении является Федеральный фонд культуры (Kulturstiftung des Bundes – KSB), финансирование которого осуществляется Уполномоченным Федеральным правительством по культуре и средствам массовой информации. Особое внимание уделяется проектам по обмену и транснациональному взаимодействию, которое весьма значимо в целях конструирования образа государства. Также, в формировании благоприятного имиджа ФРГ через культурный аспект учувствуют СМИ, в частности – международная немецкая телерадиокомпания, которая вещает на весь мир о специфике немецкой культуры. Волонтеры Академии Deutsche Welle, можно сказать, являются в какой-то степени «молодыми дипломатами Германии» и обязаны представлять образ Германии, как современной державы в позитивном ключе, содействовать продвижению немецкой культуры, презентовать вклад страны в сотрудничество в рамках ЮНЕСКО [5].

Безусловно, нельзя не упомянуть про работу Представительств Министерства иностранных дел Германии на региональном уровне. Дипломатические представительства ФРГ в разных странах работают над организацией различных мероприятий в области культуры, которые позитивно влияют на восприятие страны и ее внешней политики.

События последних лет оказали существенное влияние на международный имидж Германии в России, а также на политическое и экономическое сотрудничество. Формированием благоприятного имиджа Германии в России занимается посольство Федеративной Республики Германия, Гёте Институт и Российско-германская торговая палата. Впервые за последние годы в 2020–2021 состоится год Германии в России [6]. В рамках события длиной в год будет происходить огромное количество мероприятий в сферах культуры, искусства, языкового мастерства, устойчивого развития, экономики, науки, технологий, экологии, защиты окружающей среды в разных городах России. Формат мероприятий будет необычайно разнообразен: от классических выставок, концертов. Конференций и дискуссий до поп-ап проектов и дискуссионных форумов. Такое разнообразие форматов мероприятий способствует привлечению людей разных возрастов. Данные мероприятия нацелены на улучшение российско-германских отношений, и на создание благоприятного имиджа Германии в России для сотрудничества и обмена опытом, работниками и студентами.

Российско-германская внешнеторговая палата также организует большое количество мероприятий, причем не только на территории России, но и привлекает российских специалистов в участие на конференциях в Берлине и других городах ФРГ. Например, в начале 2021 года прошла «Большая конференция по тематике России и ЕАЭС» в Берлине. Также, весь май 2021 года проводились различные тренинги, например, по тайм-менеджменту, по корпоративной этике, по автоматизации маркетинга и методам повышения квалификации и многие другие, что способствовало формированию актуального образа Германии в России.

Нельзя не упомянуть Гёте-институт – неправительственную организацию, которая уже много лет сотрудничает с Россией и занимается популяризацией немецкого языка, культурных особенностей Германии в целях создания благоприятной почвы для международного сотрудничества. Гёте-институт распространен практически по всей России. В программе Института Гёте отмечается: «Многогранное разнообразие и открытость общества нашей страны, живая культура Германии являются источниками нашей деятельности. Работая на основе партнерского диалога, мы объединяем опыт и представления наших партнеров внутри страны и за рубежом со своей

профессиональной компетентностью. Как самостоятельная и политически независимая организация, мы выступаем в роли партнера для тех, кто занимается Германией, немецким языком и культурой» [7]. По сути Гёте-институт является символом Федеральной Республики Германия за рубежом.

Безусловно, нельзя не отметить тот факт, что немецкие продукты и товары пользуются огромной популярностью среди российских потребителей. Одна только надпись «made in Germany» ассоциируется у жителей России с высоким уровнем качества и с высокими технологиями, это объясняется тем, что Германия импортирует России в большинстве своем запчасти, транспортные средства, различную бытовую технику и занимает первое место среди европейских стран по объему поставок в Россию. Так у жителей России формируется благоприятный имидж Германии, как высокотехнологичной, культурной и экономически развитой страны.

Следует отметить, что «российские исследователи выделяют три основных «имиджевых слоя», где «культурно-исторический уровень выражается через исторические традиции, политическую культуру, политический менталитет общества. Общественно-политический уровень аккумулирует в себе все образы публичной власти, транслируемые через средства массовой информации. Бытовой уровень формируется у индивидуума реальными событиями в мире или нормативно регулируемой информацией» [8, с. 198]. В связи с наличием определенной политической конъюнктуры (несмотря на то, что это весьма изменчивое явление), на сегодняшний день наблюдаются проблемы в формировании положительного имиджа Германии в России. Введение экономических санкций с 2014 года, проблемы с введением в строй системы газопровода «Северный поток-2» ухудшают отношения с Россией, причем не только на уровне государства, но и на уровне восприятия простых граждан. Ведение политической пропаганды как со стороны ФРГ (направленных на уничтожение репутации России в глазах общемирового сообщества), так и сообщения российских новостных каналов об негативных действиях Германии, приводят к ухудшению имиджа ФРГ в России.

Между тем существуют другие области и сферы, в которых возможно развитие взаимоотношений, в частности – экономика, наука, образование, программы по обмену студентами и научными сотрудниками, что приведет к

взаимовыгодному и эквивалентному улучшению имиджей государств между собой [9].

Также важно развивать туристическое взаимодействие России и ФРГ, что может выражаться в создании специальных комитетов, которые будут заниматься оптимизацией туристических направлений под русскоязычную аудиторию путем перевода брошюр, найма русскоязычных гидов, дотаций на туры для русскоязычных граждан. Несмотря на то, что это финансово-ёмкие мероприятия, они смогут окупиться спустя какой-то промежуток времени, а также значительно повысит имидж Германии в глазах граждан России. Необходимо создавать туры, которые будут проходить одновременно на территории обоих государств, что поможет в большей степени культурно объединить граждан Германии и России.

Такие мероприятия, как год Германии в России, который проводится в 2020/2021 годах как раз и направлены на сближение государств между собой, однако часть мероприятий, проводимых в рамках данного года, должны стать постоянными для непрерывного улучшения имиджа Германии в России [10].

Наличие серьезных политических разногласий между Россией и Германией это временное явление, преодоление которых – в интересах обеих стран, очевидно, что «формирование постоянно меняющейся политической практики инициирует запросы на поиск инструментов эффективной коммуникации» [11, С. 18].

Германия потратила большое количество усилий на восстановление имиджа в России после двух мировых войн, однако сейчас наблюдается снижение имиджа из-за того, что страна воспринимается как марионетка США, а также из-за наличия большого количества проблем во внутренней политике ФРГ.

Сложно не согласиться с тем, что «в условиях становления постиндустриального общества и изменения пространственно-временных координат развития государства возникает потребность в эффективном имидже, что является условием повышения конкурентоспособности государства на мировой политической арене» [12, С. 3]. Вместе с тем, в эпоху развития информационных технологий любые новости распространяются мгновенно и являются практически общедоступными, что усложняет процесс формирования имиджа страны, но в то же время современные технологии

позволяют использовать новые инструменты для работы над созданием благоприятного образа государства, что в свою очередь позволяет развивать туристическую сферу, привлекать наиболее высококвалифицированные кадры из других государств, заключать выгодные контракты и успешно развивать экономику.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Крячкова А.П. Речевой имидж немецких политиков как выражение языковой картины Германии (на примере речей Ангелы Меркель). Вестник МГИМО Университета. 2013. № 3 (30). С. 239–240.

2. Власова Е.И. Лингвистические особенности формирования имиджа Бундесвера в Германии и на международной арене // Направления и перспективы развития образования в военных институтах войск национальной гвардии Российской Федерации. Сб. научн. ст. Под общей редакцией С.А. Куценко. 2019. С. 33–38.

3. Синеокая Н.А. Имидж политика, формируемый в современных электронных СМИ (на примерах женщин – политиков Германии) // Филология и просветительство. Научное, педагогическое, краеведческое наследие. Сб. матер. конференции. 2017. С. 235–242.

4. Воронков В.В. Формирование политического имиджа Германии: культурно-образовательный аспект // Инновационное развитие науки и образования. С. 221–232. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_36913130_18479745.pdf (дата обращения 16.10.2021).

5. Исследование: у Германии лучший имидж во всем мире. URL: <https://www.dw.com/ru/исследование-у-германии-лучший-имидж-во-всем-мире/a-41409576> (дата обращения 15.10.2021).

6. Год Германии в России 2020/21. URL: <https://russland.ahk.de/ru/meroprijatija/detali/god-germanii-v-rossii-2020-21#:~:text=Впервые%20за%20восемь%20лет%20Год,в%20Москве%20и%20Российско-Германской%20ВТП> (дата обращения 15.10.2021).

7. Goethe-Institut Russland. URL: <https://www.goethe.de/ins/ru/ru/ueb/auf.html>

8. Кучумова Е.В., Саблина М.А. Национальный брендинг: теоретические аспекты и практическая разработка (на примере Финляндии) // Философия международных отношений. от теории к практике. Отв. ред. С.Н. Погодин, И.Д. Осипов. Санкт-Петербург, 2016. С. 198–206.

9. Rebranding the Nation: Germany's Image Politics. URL: www.researchgate.net/publication/314251528_Rebranding_the_Nation_Germany's_Image_Politics (дата обращения 15.04.2021).

10. Год Германии в России. URL: <https://годгермании.рф/ru/deutschlandjahr/projekten/> (дата обращения 15.10.2021).

11. Евсева Л.И., Шипунова О.Д. Политические процессы в современной информационной среде. Актуальные проблемы современной политической науки. Сб. научн. трудов. Вып. 15. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2020. С. 14–20.

12. Саблина М.А. Имидж современного государства в российском политологическом дискурсе (на примере Финляндии): дис. ... канд. полит. наук: 23.00.01 / Саблина Марина Александровна. – Санкт-Петербург, 2014. – 183 с.

**Раздел IV. МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ /
СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ДИНАМИКА В ИЗМЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ**

УДК: 316.628

**МОТИВАЦИЯ ПОСЕЩЕНИЯ РОССИЙСКИХ ДОСУГОВЫХ
ОРГАНИЗАЦИЙ ИНОСТРАННЫМИ ТУРИСТАМИ**

**MOTIVATION FOR VISITING RUSSIAN LEISURE
ORGANIZATIONS FOR FOREIGN TOURISTS**

Н.К. Розова,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: nrozova@spbstu.ru

N.K. Rozova,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

А.К. Несмелова,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: 1nesmelovaarina71@gmail.com

A.K. Nesmelova,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация: Статья содержит описание результатов исследования мотивации при покупке билетов в досуговые организации среди иностранной аудитории и жителей Санкт-Петербурга. Объектом исследования выступают досуговые организации. Предметом является мотивация покупки билетов в российские досуговые организации иностранными туристами. В статье изучены поведенческие характеристики аудитории досуговых организаций среди жителей Санкт-Петербурга, граждан Европейского Союза, граждан Соединенных Штатов Америки и их мотивы к совершению целевого действия – покупке

билетов. Статья содержит данные опроса иностранных граждан и жителей Санкт-Петербурга, проведенного с целью определения мотивации покупок билетов. На основе проведенных исследований в статье сформулирован ряд рекомендаций по совершенствованию Call to action для Оранжереи Таврического сада, направленного на иностранных посетителей и жителей Санкт-Петербурга.

Abstract. The article contains a description of the results of a study of motivation when buying tickets to leisure organizations among a foreign audience and residents of St. Petersburg. The object of the research is leisure organizations. The subject is the motivation for foreign tourists to buy tickets to Russian leisure organizations. The article examines the behavioral characteristics of the audience of leisure organizations among residents of St. Petersburg, citizens of the European Union, citizens of the United States of America and their motives for taking the target action - buying tickets. The article contains data from a survey of foreign citizens and residents of St. Petersburg, conducted in order to determine the motivation for purchasing tickets. Based on the research carried out, the article formulates a number of recommendations for improving Call to action for the Tavrichesky Garden Greenhouse, aimed at foreign visitors and residents of St. Petersburg.

Ключевые слова: ДОСУГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (PR), МОТИВАЦИЯ, ИНОСТРАННАЯ АУДИТОРИЯ, ЦЕЛЕВОЕ ДЕЙСТВИЕ, ОПРОС, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Keywords: LEISURE ORGANIZATION, PUBLIC RELATIONS (PR), MOTIVATION, FOREIGN AUDIENCE, TARGETED ACTION, SURVEY, CONSUMER CHARACTERISTICS

В условиях современного развитого рынка развлекательных услуг и постоянно усиливающейся конкуренции между организациями сферы досуга необходимо понимание поведения потребителей при покупке товаров и услуг досуговых организаций [1].

Покупательское поведение потребителей играет одну из ключевых ролей в достижении основных целей досуговой компании [2]. На поведение потребителей влияют многие внешние и внутренние факторы, но компания сферы досуга также может существенно повлиять на окончательный процесс принятия решений покупателем своей деятельностью [3]. Поведение потребителей является предметом многих исследований, в основном в области маркетинга, поскольку оно имеет решающее значение для успеха компании. Вопросы поведения потребителей уже прямо или косвенно охарактеризованы

некоторыми направлениями исторического развития менеджмента. Они включают психологические и социальные подходы, в которых большое внимание уделяется мотивации. Предметом интереса этих подходов являются, прежде всего, вопросы стиля управления, ориентации на сотрудников компании и эффективного межличностного общения. Несмотря на это, в этих теориях также можно найти некоторое вдохновение для понимания принципов и мотивов покупательского поведения потребителей. Представителями такого стиля мышления являются, например, Д. МакГрегор, А. Маслоу, Ф. Герцберг, К.П. Альдерфер, Д. Макклелланд, В.Х. Врум, Л. Портер и другие. Гуманистические теории менеджмента, главным представителем которых является А. Маслоу, подчеркивают индивидуальное развитие как основную потребность человека. Однако есть много людей, которые не заинтересованы в самосовершенствовании, и их мотивируют только экзистенциальные или социальные потребности [4].

Авраам Маслоу сформулировал иерархию потребностей, в которой мотивы разделяются по пяти уровням значимости. Базовые потребности находятся внизу иерархии, а самые высокие потребности – в ее верхней части. Абрахам Маслоу считал, что обеспечение физиологических потребностей и чувства безопасности недостаточно для универсальной мотивации человека. Иерархия потребностей Маслоу может быть успешно адаптирована к сегментации рынка и подготовке рекламных кампаний и призывов к действию, поскольку существуют товары, предназначенные для удовлетворения каждого уровня потребностей, и большинство потребностей разделяются большими сегментами потребителей.

Помимо мотивации, на процесс принятия решения потребителем при покупке билетов в досуговые организации влияет множество различных факторов его жизни. Существенную роль здесь играют социальные условия, привычки, предложение и спрос и, наконец, что не менее важно, метод и технология продаж [5]. Задача отдела маркетинга досуговой организации – понять процесс, происходящий в сознании покупателя, начиная с момента, когда покупатель получает стимулы извне, и до принятия решения о покупке.

Факторы, влияющие на поведение потребителя, можно разделить на две основные группы:

1. Внешние – включают в себя культурные, социальные или демографические факторы.

2. Внутренние. включают в себя личностные и психологические факторы.

На покупки каждого человека влияют четыре психологических фактора: мотивация, восприятие, обучение и отношение.

Основные потребности потребителей услуг досуговых организаций не меняются, но меняются продукты, которые их удовлетворяют. Таким образом компании, вероятно, выживут в условиях сильной конкуренции и будут развиваться, несмотря на неблагоприятные экономические условия. При принятии окончательного решения о покупке мотивация играет одну из ключевых ролей и представляет собой один из факторов, влияющих на покупательское поведение потребителя.

С появлением онлайн-среды меняются основные принципы поведения покупателей [6].

Таблица 1

Принципы поведения аудитории в онлайн-среде

<i>Онлайн-сфера</i>	<i>Принцип поведения покупателя</i>
Интернет-среда (в целом)	Интернета позволяет быстро получить объективную и субъективную информацию о продуктах и услугах досуговых компаний.
Современные формы маркетинговой деятельности	Традиционные формы маркетинга теряют эффективность в интернет-среде. Потенциальных онлайн-покупателей продуктов и услуг досуговых организаций интересуют только те маркетинговые мероприятия, которые могут предложить им добавленную стоимость (например: онлайн-игры и конкурсы).
Интернет- сообщество	Мнение интернет-сообщества (в социальных сетях, дискуссионных форумах) влияет на окончательный процесс принятия решения о покупке билетов в досуговую организацию в онлайн-пространстве.
Демографическая структура онлайн- покупателей досуговых организаций	Онлайн-поведение «поколения Facebook» и поколения, которое большую часть своей жизни прожило без онлайн-общения в социальных сетях отличается. Наблюдается рост возрастного сегмента онлайн-поколения (до 50 лет) – компаниям в области развлечений и досуга приходится корректировать рекламные коммуникации под возрастной сегмент.

<p>Подходы к мотивам покупок в Интернете</p>	<p>Основные мотивы покупок в интернете – это удобство покупок, экономия времени и покупка нетрадиционных и эксклюзивных товаров. Другими мотивами могут быть растущие тенденции онлайн-покупок в целом, или изменение образа жизни потребителей досуговых услуг.</p>
--	--

Пользователи онлайн-среды могут получить объективную и субъективную информацию о продуктах и услугах досуговых компаний проще, чем когда-либо. Социальные сети и сайт обеспечивают интерактивное общение между пользователями и досуговой организацией. Традиционные формы маркетинга неэффективны в интернет-среде.

С развитием электронной коммерции были созданы новые виды маркетинговой деятельности – маркетинг в социальных сетях и СМИ, вирусный маркетинг, сарафанный маркетинг в интернет-пространстве, интерактивное общение в Интернете [7]. Потенциальных онлайн-покупателей продуктов и услуг досуговых организаций интересуют только те маркетинговые мероприятия, которые могут предложить им добавленную стоимость (например: онлайн-игры и конкурсы).

Пользователи социальных сетей и блогов в интернете обсуждают свой образ жизни, продукты и компании, а также находят подробную информацию о них. Мнение интернет-сообщества (в социальных сетях, дискуссионных форумах) влияет на окончательный процесс принятия решения о покупке в онлайн-пространстве. Интернет-кампания по продаже билетов на мероприятия досуговых организаций должна присоединиться к интернет-сообществам и управлять онлайн-коммуникацией [8].

На сегодняшний день, онлайн-покупатели чаще всего относятся к возрастному промежутку от 18 до 40 лет и относятся к классу среднего достатка. Есть различия в онлайн-поведении между «поколением Facebook» и поколением, которое большую часть своей жизни прожило без онлайн-общения в социальных сетях. Растет и более возрастной сегмент онлайн-поколения (до 50 лет) - компаниям в области развлечений и досуга приходится ориентироваться и на них [9].

Основные мотивы покупок в интернете – это удобство покупок (круглосуточно и в любой точке мира), экономия времени и покупка нетрадиционных и эксклюзивных товаров (например – билет на закрытое

мероприятие). Другими мотивами могут быть растущие тенденции онлайн-покупок в целом, или изменение образа жизни потребителей досуговых услуг.

Старшее поколение чаще всего покупает товар досуговой организации на традиционном рынке (в физических кассах организаций), после чего решается на покупки в онлайн-сфере. Молодое поколение принимает 90% решений о покупке онлайн.

В долгосрочной перспективе значение электронной коммерции для досуговых организаций продолжает расти. Этот пример демонстрирует развитие продаж в онлайн-магазинах. Доля интернет-магазинов в общем объеме розничных продаж в 2018 г. в Российской Федерации составила 4%. Индустрия развлечений во всем мире является растущим и привлекательным рынком. В России, согласно прогнозу PwC на 2017–2021 годы, индустрия растет со среднегодовым темпом в 7,2%. При этом средний показатель по миру составляет 4,2%.

Объем рынка по продаже билетов в Российской Федерации, по оценкам представителей (менеджеров высшего и среднего звена) индустрии, составляет от 45 до 60 млрд рублей в год, в оценку не входит рынок кинотеатров. Российскому рынку по продаже билетов на мероприятия в целом свойственны те же тенденции, что и индустрии по продаже билетов в мире: внедрение новых технологий, использование онлайн-сегмента поиск подходов к регулированию вторичного рынка [10].

Наиболее предпочтительными каналами продаж для досугового бизнеса являются билетные кассы и интернет-сайты посредников. В то же время досуговый бизнес активно задействуют собственные онлайн-каналы (сайт, мессенджеры и социальные сети).

80% онлайн-покупок являются импульсивными, основанными на эмоциях потребителя, 20% всех покупок являются запланированными. После посещения онлайн-витрины досуговой организации покупатель должны почувствовать, что организация понимает их потребности не только до совершения покупки, но и после нее. Онлайн-пользователи выбирают интернет-сайты досуговых организаций в основном на основании ссылок, ясности и навигации по меню сайта, условий покупки и доставки билетов и товаров, графического дизайна и дополнительных услуг интернет-магазина [11].

Андреа Рёслера отмечает, что покупатели считают качество товаров и услуг важным, но в значительной степени покупатели ищут и следуют специальным предложениям и выгодным ценам, что также приводит к покупкам в интернет-магазинах или социальных сетях [12].

Основным методом данной статьи является анализ текущего состояния в сфере покупок билетов в досуговые организации путем интервьюирования (анкетирования).

В сентябре 2021 года авторы статьи провели анкетное исследование среди жителей Санкт-Петербурга и иностранной аудитории, в котором изучались мотивы покупательского поведения при покупке билетов в досуговые организации отдельных респондентов. Исследование проводилось в форме электронного опроса аудитории Санкт-Петербурга и аудитории стран США и Европейского Союза. В качестве основной группы была выбрана группа людей в возрасте от 18 до 36 лет. Для проведения опроса авторы обратились к 150 респондентам (70 – из Санкт-Петербурга и 80 – из стран США и Европейского Союза). Аудитории стран ЕС и США были выбраны в связи с тем, что в годы до COVID-19 Санкт-Петербург принимал до 5 миллионов иностранных туристов [13, 14].

Таблица 2

Мотивация к покупке билетов досуговых организаций жителей Санкт-Петербурга, граждан Европейского Союза и граждан Соединенных Штатов Америки.

<i>Возраст респондентов</i>	<i>Мотивация к покупке билетов досуговых организаций (жители Санкт-Петербурга) – 70 респондентов</i>			
	<i>Стоимость билета, или акционное предложение</i>	<i>Удобство покупки (онлайн, или в кассе организации)</i>	<i>Большой выбор событий</i>	<i>«Я не знаю»</i>
18-20	27	25	11	0
21-24	12	18	9	6
25-27	6	6	3	11
28-30	10	11	26	9
31-33	9	6	5	36
34-36	6	4	16	8
<i>Возраст респондентов</i>	<i>Мотивация к покупке билетов досуговых организаций (граждане Европейского Союза) – 44 респондента</i>			
	<i>Стоимость билета, или акционное предложение</i>	<i>Удобство покупки (онлайн, или в кассе организации)</i>	<i>Большой выбор событий</i>	<i>«Я не знаю»</i>
18-20	9	19	6	1

21-24	6	6	9	0
25-27	11	15	3	3
28-30	5	0	6	22
31-33	8	1	15	6
34-36	5	3	5	12
<i>Мотивация к покупке билетов досуговых организаций (граждане Соединенных Штатов Америки – 36 респондентов)</i>				
<i>Возраст респондентов</i>	<i>Стоимость билета, или акционное предложение</i>	<i>Удобство покупки (онлайн, или в кассе организации)</i>	<i>Большой выбор событий</i>	<i>«Я не знаю»</i>
18-20	6	2	6	11
21-24	3	6	2	2
25-27	17	1	18	1
28-30	2	3	3	9
31-33	6	5	1	3
34-36	2	19	6	10

Результаты опроса жителей Санкт-Петербурга показывают, что 38,6% в возрасте 18-20 лет обращают внимание на стоимость билета в досуговую организацию, 35,7% в возрасте 18-20 лет считают важным фактором мотивации к покупке удобство совершения действия, 37,1% в возрасте 28-30 лет выделяют выбор событий в организации, как основную мотивацию к покупке билетов, и 51,4% в возрасте 31-33 лет не имеют четкой мотивации к покупке билетов.

Результаты опроса граждан ЕС показывают, что 25% в возрасте 25-27 лет обращают внимание на стоимость билета в досуговую организацию, 43,2% в возрасте 18-20 лет считают важным фактором мотивации к покупке удобство совершения действия, 34,1% в возрасте 31-33 лет выделяют выбор событий в организации, как основную мотивацию к покупке билетов, и 50% в возрасте 28-30 лет не имеют четкой мотивации к покупке билетов.

Результаты опроса граждан США показывают, что 47,2% в возрасте 25-27 лет обращают внимание на стоимость билета в досуговую организацию, 52,8% в возрасте 34-36 лет считают важным фактором мотивации к покупке удобство совершения действия, 50% в возрасте 25-27 лет выделяют выбор событий в организации, как основную мотивацию к покупке билетов, и 30,6% в возрасте 18-20 лет не имеют четкой мотивации к покупке билетов.

Таблица 3

Посещение российской Федерации и Санкт-Петербурга гражданами США
(36 респондентов)

<i>Посещение Российской Федерации и Санкт-Петербурга гражданами Соединенных Штатов Америки (36 респондентов)</i>		
<i>Возраст респондентов</i>	<i>Посещение РФ</i>	<i>Посещение Санкт-Петербурга</i>
18-20	3	0
21-24	5	3
25-27	6	0
28-30	9	8
31-33	3	1
34-36	10	8
<i>Посещение Российской Федерации и Санкт-Петербурга гражданами Европейского Союза (44 респондента)</i>		
<i>Возраст респондентов</i>	<i>Посещение РФ</i>	<i>Посещение Санкт-Петербурга</i>
18-20	15	12
21-24	6	5
25-27	9	0
28-30	3	2
31-33	4	0
34-36	7	5

Из 36 граждан Соединенных Штатов Америки, 20 респондентов ответили, что посещали Санкт-Петербург, все 36 респондентов посещали Российскую Федерацию с целью туризма, или рабочей командировки.

Из 44 граждан Европейского Союза, 24 респондента ответили, что посещали Санкт-Петербург, все 44 респондента посещали Российскую Федерацию с целью туризма, или рабочей командировки.

Иерархия потребностей Маслоу по-прежнему показывает свою актуальность с точки зрения текущих возможностей бизнеса в сфере досуга и маркетинговой концепции. Однако мы видим, что мотивы не могут быть легко выведены из поведения потребителя и его географии, поскольку мотивация – это очень динамичный процесс, который меняется с жизненным опытом и зависит от территории. Успех компании области досуга в основном связан с удовлетворением потребностей потребителей, которые Маслоу классифицировал по пяти независимым оценкам. Принятие этой теории облегчит понимание основных мотивов потребителей, и впоследствии на поведение покупателя будет влиять продавец или производитель досуговых услуг и товаров [15]. С помощью анкетирования респондентов проверялось,

существует ли связь между возрастом респондентов и их мотивацией для совершения покупок билетов. В этом отношении гипотеза не была отвергнута - нет связи между возрастом респондентов и мотивами совершения покупок в досуговых организациях. Это означает, что у респондентов разных возрастных групп разные мотивы покупок.

Несомненно, традиционный маркетинг и интернет-маркетинг включают в себя и другие функции, с помощью которых можно влиять на покупательское поведение в сфере досугового бизнеса.

Целью статьи было проанализировать поведение потребителей при совершении покупок билетов в досуговых организациях и их мотивы. Полученные данные показывают, что осведомленность об интернет-покупках и его использовании в повседневной жизни постоянно растет, а это означает, что цели данной статьи были достигнуты. Естественно, некоторые стимулы идентичны общеизвестному поведению покупателя во время покупки билетов [16].

Несмотря на это, можно сказать, что электронная торговля имеет свои особенности и отличия в зависимости от страны, как и традиционные факторы мотивации покупок.

Досуговый бизнес должен уделять внимание своим исследованиям в зависимости от географии и возраста респондентов, чтобы предлагать свои продукты и услуги, и адаптироваться под поведенческие предпочтения аудитории.

Таким образом, за счёт повышения выручки организации на основе увеличения объёмов продаж билетов эффективность деятельности компании возрастет, поскольку добавочная выручка приведёт к получению дополнительной прибыли, что позволит предприятию усилить свою устойчивость и конкурентоспособность.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Розова Н.К., Несмелова А.К. Специфика PR-продвижения досуговой организации // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. №2 (20). С. 256.
2. Гулиев Н.А., Волков В.Я., Лукина О.В. Внутриорганизованная мотивация потребителя и привлекательность туристских объектов // ОНВ. 2002. №19. С. 17.

3. Александрова Л.Ю., Мунши А.Ю. Атрибуция в потреблении и анализе мотивации совершения покупки // Вестник РУК. 2016. №2 (24). С. 10.
4. Жемчугов А.М., Жемчугов М.К. Мотивация и удовлетворение потребностей потребителя // Проблемы экономики и менеджмента. 2013. №9 (25). С. 17.
5. Рябов В.И. Информационная система для продажи театральных билетов на основе WEB-технологий // Вестник МГУП. 2013. №6. С. 65-70.
6. Будагян Р.Р. Тенденции применения цифровых технологий в пространстве современного музея // Сфера культуры. 2021. №1 (3). С. 65.
7. Zemszkova E.S. Analysis of consumer behavior in the digital economy from the perspective of generational theory / E.S. Zemskov // Bulletin of Eurasian Science. 2019. № 5.
8. Тюрин Д.В., Волкова А.О. Особенности поведения потребителей в интернет-шопинге // Практический маркетинг. 2021. №3. С. 12.
9. Сахбиева А.И. Особенности поведения потребителей в условиях цифровой экономики // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2021. №3. С. 239.
10. Исследование российского билетного рынка // www.pwc.ru URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/moscow-ticketing-forum-report.pdf> (дата обращения: 12.09.2021).
11. Ульянова М. Организация досуговой деятельности // Мониторинг. 2000. №1(45). С. 45-48.
12. Rösslerová A. A Češi i Evropané výrazně mění nákupní chování. Retailinfo Plus, 2010
13. Ахмерова А.М. Влияние кризиса пандемии covid-19 на поведение фирм и потребителей // Государственное управление. Электронный вестник. 2021. №87. С. 107.
14. Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга // Администрация Санкт-Петербурга URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/statistic/ (дата обращения: 10.09.2021).
15. Мейксин С.М. Выявление поведенческих паттернов потребителя // Вестник науки и образования. 2021. №2-2 (105). С. 30.
16. Pogudaeva M.Yu. Features of consumer behavior in the information economy / M.Yu. Pogudaeva, Ya.A. Semenova-Slabkovich // Economic Journal. 2012. № 28. P. 546-547.

**ОБЗОР ПРОГРАММ ГУМАНИТАРНОЙ ПОМОЩИ КНР
СТРАНАМ АФРИКИ**

**OVERVIEW OF PRC HUMANITARIAN ASSISTANCE PROGRAMS
FOR AFRICA**

А.К. Галахина,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: annagalakhina@mail.ru

A.K. Galakhina,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

А.А. Нечай,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: aleksandranechai@gmail.com

A.A. Nechai,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. В статье анализируются первопричины внешнеполитического интереса КНР к странам Африки, исходя из доктрин внутренней и внешней политики Китая, также приводится краткий обзор действующих программ гуманитарного сотрудничества со странами континента. В статье также рассматриваются первопричины необходимости оказания гуманитарного содействия развивающимся странам, исходя из имеющихся гуманитарных проблем: голод, стихийные бедствия и военные конфликты. Отдельное внимание уделяется институтам и организациям, посредством которых реализуются проекты, а также основные направления деятельности этих организаций.

Abstract. The article analyzes the root causes of the PRC's foreign policy interest in African countries, which are used from the doctrines of the PRC's domestic and foreign policy. The article also discusses the root causes of humanitarian calamities developing from countries in the humanitarian world: famine, natural disasters, and military conflicts. Special attention in the article

is paid to the institutions and organizations through which projects are implemented, as well as the main areas of activity of these organizations.

Ключевые слова: ГУМАНИТАРНАЯ ПОМОЩЬ, АФРИКА, КИТАЙ, ООН, МЯГКАЯ СИЛА, ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ПОМОЩЬ, ВОЕННЫЕ КОНФЛИКТЫ

Keywords: HUMANITARIAN ASSISTANCE, AFRICA, CHINA, UN, SOFT POWER, HEALTHCARE, FOOD ASSISTANCE, MILITARY CONFLICTS

Страны африканского континента обладают огромным потенциалом для экономического и социального развития. При этом, подавляющее большинство стран находятся в состоянии перманентной политической и экономической нестабильности, что, в свою очередь, становится основным препятствием на пути к стабилизации.

Основная отрасль экономики для большинства стран – сельское хозяйство. Несмотря на широкое вовлечение населения в земледелие и животноводство, эти виды деятельности практически не могут обеспечить сытую жизнь населению. Этому часто препятствуют обстоятельства непреодолимой силы – неблагоприятные климатические особенности и явления, а также вооруженные и политические конфликты.

Также, для стран Африки характерны одними из самых высоких средних показателей рождаемости и прироста населения в мире. На 2020 г. средний мировой коэффициент фертильности составляет 2,5 ребенка на женщину, в странах Африки же средний коэффициент фертильности составляет 4,4 ребенка на женщину [1]. Таким образом, по состоянию на 2021 год, население Африки составляло более 1,4 млрд человек, в Азии 4,6 млрд, в Европе 748 млн, в Северной Америке 596 млн, в Южной Америке 434 млн [1]. При этом, по данным «Мирового индекса голода», в 2020 году более 282 млн жителей африканских стран испытывали голод [2]. На 2021 г. гуманитарная ситуация дополнительно отягощается высокими показателями детской смертности – 27,1 % в Африке к Югу от Сахары, в Северной Африке и в Западной Азии составляет 12,7 % [3].

На этом фоне в странах континента разворачивается широкомасштабная конкурентная борьба за право предоставления гуманитарной помощи. При

этом, цели этой помощи – помимо декларативного «улучшения благосостояния населения» – различаются у каждой из стран. Рассмотрим целеполагание КНР в части оказания гуманитарной помощи странам континента. Для решения своих внутривосточных задач Китай вынужден использовать инструменты международной политики для формирования положительного имиджа государства и, как следствие, лоялизации стран-сторонников. Наличие полезных ископаемых в Африке, в дополнение с низкооплачиваемой рабочей силой и отсутствием торговой конкуренции, является для Китая основной причиной для усиленного внешнеполитического присутствия в регионе.

Исходя из реализуемых программ, мы выделяем две причины реализации КНР ряда гуманитарных программ.

Политический аспект гуманитарного присутствия КНР в странах континента. Более четверти членов ООН – 54 из 193 стран-участниц ООН – африканские страны. Их голос зачастую является решающим в вопросах касающихся политики КНР. В 1971 г. 24 африканских государства проголосовали за членство КНР в ООН вместо Китайской республики [4]. Сейчас же Китаю необходимо постоянно расширять сферу своего влияния на другие страны для того, чтобы отстаивать свои интересы в мире (в частности, по вопросу принадлежности Тайваня). Для того, чтобы заручиться поддержкой со стороны африканского сообщества, Китай проводит политику «мягкой силы» – невмешательство во внутреннюю политику стран, поддержка правящих режимов, широкая гуманитарная и экономическая поддержка взамен за признание Тайваня за Китаем [5].

Экономический аспект. Высокая потребность в ресурсах и наличие большого числа ресурсоемких производств вынуждает КНР экспансироваться. Этот тезис раскрывается в «Белой Книге» 2012 года – основополагающем документе внешней и внутренней политики КНР. В нем, в частности, признается недостаточность энергоресурсов в стране, подчеркивается растущая потребность в рынках природных ресурсов и продуктов питания [6]. Для преодоления этих угроз, правительство КНР вынуждено обращаться к ресурсам других стран.

В этой связи Африка – с ее богатыми, но плохо освоенными природными ресурсами – выглядит как идеальный партнер для КНР [7]. Как отмечено выше,

Африка – это регион с быстрорастущим населением, соответственно – это огромный внутренний рынок с растущей покупательной способностью с огромной массой низкоквалифицированной рабочей силой.

Китай предпочитает оказывать двустороннюю гуманитарную помощь напрямую правительствам стран-получателей, а не неправительственным организациям [8]. Этим объясняется отсутствие в КНР единого государственного органа, который отвечает за предоставление помощи зарубежным странам, контроль над деятельностью и оценки ее эффективности [9].

История реализаций африканских гуманитарных программ КНР берет свое начало в 2000 году. Тогда был проведен первый Форум китайско-африканского сотрудничества (FOCAC), функционирующий и по сей день как основная платформа для сотрудничества между Пекином и его африканскими партнерами [10]. Организатором форума выступает Министерство иностранных дел КНР, которое также курирует отношения FOCAC с ООН [10]. Каждые три года в рамках Форума проводятся сессии, на которых принимается план и декларация на следующие три года. На первой встрече форума в 2020 году была подписана «Пекинская декларация», призывающая следовать: целям и принципам Устава ООН, Устава организации Африканского единства и 5 принципам мирного сосуществования [11].

По результатам саммита 2018 года был подписан План на 2019–2021 гг. (Forum on China-Africa Cooperation Beijing Action Plan 2019–2021) и Пекинская декларация, предусматривающие развитие концепции «Одного пояса – одного пути» между регионами. По результатам данных договоренностей, Китай намерен продолжать укреплять солидарность и сотрудничество с африканскими странами, в том числе в борьбе с терроризмом и исламским радикализмом [12].

В Белой Книге 2021 года основной приоритет внешней политики КНР изменился. Вместо «укрепления солидарности и сотрудничества» конкретные меры с указанием надгосударственных институтов: борьба с бедностью в других странах в сотрудничестве с Программой развития ООН, Всемирным банком и другими международными организациями [13]. Смена вектора (с борьбы с терроризмом и исламским радикализмом) на борьбу с бедностью, в

целом, коррелирует с изменением повестки деятельности ООН. Это в свою очередь, показывает номинальное следование КНР общемировой повестке.

Сферы гуманитарной помощи.

Здравоохранение. Одно из основных направлений гуманитарной помощи Китая – сфера здравоохранения. На прошедшей в августе 2020 года 73-й сессии Всемирной ассамблеи здравоохранения Си Цзиньпин заявил, что Китай будет оказывать поддержку странам, пострадавшим от эпидемии коронавируса; в первую очередь - развивающимся странам [14]. Он также отметил, что при посредничестве с ООН будет учрежден на территории Китая Глобальный гуманитарный склад (по обеспечению противоэпидемических средств), также «зеленый коридор» при перевозке и прохождении таможенного контроля, а для Африки будет создано 30 китайско-африканских механизмов сотрудничества по линии профильных больниц, будет создана штаб-квартира Центра по контролю и профилактике заболеваний в Африке, будут направлены китайские медики по борьбе с COVID-19 и гуманитарный груз [14]. С марта 2020 г. Китай объявил о пожертвовании 50 млн. долларов Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) и Глобальному плану гуманитарного реагирования ООН на COVID-19. В основном средства были направлены развивающимся странам, сильно пострадавшим от COVID-19 [8]. Помимо этого, с марта 2021 года КНР систематически поставляет вакцины от COVID-19 в 35 африканских государств [15].

Продовольственная помощь. Голод может быть вызван рядом разных причин, которые чаще всего взаимосвязаны, такие как: климат, стихийные бедствия, военные конфликты, бедность и коррупция.

Более половины людей, страдающих от недоедания, живут в странах, пострадавших от вооруженных конфликтов. С 2010–2011 гг. в странах Восточной Африки (Джибути, Сомали, Судан, Эритрея, Эфиопия и Кения) началась засуха. На фоне регулярных военных конфликтов в регионе, был спровоцирован острый гуманитарный кризис. Для его преодоления КНР выделил гуманитарную помощь в виде продовольствия на сумму 82 млн долларов США [16].

Помимо этого, в 2021 г. Китайское агентство международного сотрудничества в области развития (CIDCA – China International Development Agency) подписало четыре соглашения с представителем Мировой

продовольственной программы ООН о предоставлении продовольственной помощи Гвинее-Бисау, Камеруну, Сьерра-Леоне и Уганде [17]. В 2019 г. КНР также предоставила продовольственную помощь Южному Судану и Сомали в размере 6500 тонн [18].

Борьба с последствиями стихийных бедствий. С 2005 г. Центральный комитет Коммунистического союза молодежи Китая (ЦК КСМК) и Всекитайская федерация молодежи (ВФМ) направляет группы добровольцев в страны континента. Помимо преподавания и оказания медицинских услуг, волонтеры задействованы на ликвидации последствий ЧС [17]. В 2019 г. Китай выделил в качестве гуманитарной помощи 6000 тонн риса и 300 000 долларов США Малави, пострадавшей от наводнения, помощь также будет направлена на восстановление инфраструктуры, помимо этого будут отправлены китайские медики [19].

В 2020 г. Судан пострадал от наводнения, в результате чего значительная часть населения лишилась крова. КНР было выделено более 300 000 долларов США на восстановление жилищных условий [20].

Вывод. Реализация гуманитарных программ в странах Африки – один из основных векторов внешней политики КНР. При этом, Китай заинтересован в развитии региона, избегая вмешательства во внутренние дела африканских стран посредством предоставления помощи на определенных условиях (поддержка взамен на лояльность или действия на внешнеполитической арене). Одним из таких условий может быть отказ стран Африки признавать независимость Тайваня. Такой отказ едва ли будет иметь какие-либо негативные последствия для стран континента, однако позволит им добиться «расположения» КНР по широкому перечню вопросов социального, экономического и культурного характеров. Важно отметить, что намерения КНР скорее прагматические, так как помощь странам Африки открывает доступ для китайских компаний к природным ресурсам и местным рынкам Африки.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Worldometers (2021). Africa Population (LIVE) // worldometers.info: [сайт]. – URL: <https://worldpopulationreview.com/continents/africa-population> (дата обращения: 04.11.2021).

2. The state of food security and nutrition in the world 2021 // fao.org: [сайт]. – URL: https://www.fao.org/3/cb4474en/online/cb4474en.html#chapter-2_1 (дата обращения: 04.11.2021).
3. 2021. Global hunger index. Hunger and food systems in conflict settings // globalhungerindex.org: [сайт]. – URL: <https://www.globalhungerindex.org/pdf/en/2021.pdf> (дата обращения: 04.11.2021).
4. Восстановление законных прав Китайской народной республики в Организации Объединенных Наций // Официальный сайт ООН: [сайт]. – URL: https://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=a/pv.1976&Lang=R (дата обращения: 04.11.2021).
5. Ломова А.А. Перспективы развития китайско-африканских отношений (по материалам Шестого форума сотрудничества «Китай-Африка») / А.А. Ломова // Власть. 2017. С.130-135.
6. Белая книга. Политика Китая в сфере энергии (2012) // Russian.China. – [сайт]. – URL: http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2012-11/02/content_26986951_2.htm (дата обращения: 04.11.2021).
7. Сионтьяндиоби С. Экономическая политика Китая в Африке / С. Сионтьяндиоби // ДИСКУССИЯ. 2016. № №4 (2016). С.64-70.
8. Kurtzer J. China's Humanitarian Aid: Cooperation amidst Competition// CSIS. [сайт] — URL: <https://www.csis.org/analysis/chinas-humanitarian-aid-cooperation-amidst-competition> (дата обращения: 05.11.2021).
9. Кашин В.Б., Королев А.С., Пяточкова А.С. Китайская политика помощи зарубежным странам: основные принципы и направления// Китай в мировой и региональной политике. История и современность. 2017. С. 204-218.
10. Cheng C. The Logic Behind China's Foreign Aid Agency // CARNEGIE ENDOWMENT FOR INTERNATIONAL PEACE. 2019. – [сайт]: <https://carnegieendowment.org/2019/05/21/logic-behind-china-s-foreign-aid-agency-pub-79154> (дата обращения: 05.11.2021).
11. Дейч Т.Л. Африка в стратегии Китая. – М.: Институт Африки РАН, 2008. – 326 с.
12. Forum on China-Africa Cooperation Beijing Action Plan (2019-2021) // Forum on China-Africa Cooperation. [сайт] URL: http://focacsummit.mfa.gov.cn/eng/hyqk_1/t1594297.htm (дата обращения: 05.11.2021).
13. Full Text: Poverty Alleviation: China's Experience and Contribution // The State Council Information Office of the People's Republic of China: [сайт]. – URL: <http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/44691/Document/1701663/1701663.htm> (дата обращения: 06.11.2021).
14. Сплоченность в победе над эпидемией во имя сообщества здравоохранения человечества Выступление на открытии 73-й сессии Всемирной ассамблеи здравоохранения в формате видеоконференции// Ministry of Foreign Affairs of the People's

Republic of China. – 2020. – [сайт] URL: <https://www.fmprc.gov.cn/rus/wjdt/wshd/t1780899.shtml> (дата обращения: 05.11.2021).

15. China providing COVID-19 vaccines to 35 African countries // Xinhua News agency. – 2021. – [сайт] URL: http://www.xinhuanet.com/english/africa/2021-03/07/c_139791282.htm (дата обращения: 05.11.2021).

16. Китай предоставит странам Африканского Рога продовольственную помощь на сумму 82 млн долларов// ТАСС. – 2011. – [сайт] – URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/515149> (дата обращения 05.11.21)

17. China, World Food Program sign deals to provide food aid to 4 African countries// China international development agency. – 2021. – [официальный сайт] URL: http://en.cidca.gov.cn/2021-03/11/c_601642.htm (дата обращения 05.11.21)

18. Boinet A. What is the reality of Chinese humanitarian aid in Africa? // DEFIS. – 2019. – [сайт] – URL: <https://defishumanitaires.com/en/2019/10/30/what-is-the-reality-of-chinese-humanitarian-aid-in-africa/> (дата обращения: 06.11.2021).

19. China donates humanitarian aid to flood victims in Malawi // Xinhua News Agency. – 2019. [сайт] – URL: http://www.xinhuanet.com/english/2019-04/04/c_137950592.htm (дата обращения: 06.11.2021).

20. China to offer emergency humanitarian aid to Sudan// Xinhua News Agency. – 2020. [сайт] – URL: http://www.xinhuanet.com/english/2020-09/29/c_139404844.htm (дата обращения: 06.11.2021).

**ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО
ДОСУГОВОГО ПРОСТРАНСТВА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ**

**FEATURES OF THE TRANSFORMATION OF MODERN LEISURE
SPACE IN THE CONTEXT OF A PANDEMIC**

Е.А. Жилина,

Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: jilina.elizaveta@yandex.ru

E.A. Zhilina,

Saint Petersburg State University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. В основу работы положено изучение проблемы цифрового изменения современного досугового пространства. В качестве теоретического основания анализа выбрана концепция «третьих мест» Р. Ольденбурга. При сопоставлении положений социологической и культурологической мысли, были определены традиционные критерии досугового пространства, выделен функционал «третьих мест». Доказательно обнаружены отличия современных показателей досугового пространства от традиционных, и обоснован особый статус цифровизации в изменении основных функций «третьих мест». Показано, что в условиях пандемии нарастает скорость виртуализации досугового пространства. В статье обосновываются реальные причины вытеснения «третьих мест» социальными сетями в различных коммуникациях общества. Предпринята попытка проследить, как в изменениях досугового пространства, происходят существенные трансформации социальности личности. В заключении выдвигается гипотеза, что процессы цифровизации культуры являются социальной закономерностью.

Abstract. The article is based on the study of the problem of digital change of modern leisure space. The concept of "third places" by R. Oldenburg was chosen as the theoretical basis of the analysis. When comparing sociological and cultural thought, the traditional criteria of leisure space are defined, the functionality of "third places" is highlighted. The differences between modern leisure space indicators and traditional ones have been proved, and the special status of digitalization in changing the main functions of "third places" has been substantiated. It is shown that in the conditions of a pandemic, the speed of virtualization of leisure space is increasing. The

article substantiates the real reasons for the displacement of "third places" by social networks in human communications. An attempt is made to trace the essential transformations of personality sociality in the changes of leisure space. In the end, a hypothesis is put forward about the social regularity in the processes of digitalization of culture.

Ключевые слова: «ТРЕТЬЕ МЕСТО», ЦИФРОВИЗАЦИЯ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО, КОММУНИКАЦИЯ

Keywords: «THIRD PLACE», DIGITALIZATION, SOCIAL NETWORKS, SOCIO-CULTURAL SPACE, COMMUNICATION

В эпоху цифровизации в теоретической мысли все чаще поднимается вопрос о специфике процесса коммуникации в возникшем виртуальном пространстве. Многие исследователи предлагают некие системные конструкции устройства социума в измененных условиях. Непосредственно особенности современного общения были предсказаны в работах разных лет Дж. Несбиттом, Э. Абурденом, Э. Тоффлером, Р. Ольденбургом. В исследованиях этих ученых подробно рассматриваются модели механизмов ассимиляции жизни, деятельности человека с цифровым миром. Особое значение в условиях расширяющегося информационного потока приобретает проблема сохранности самобытности социокультурных пространств проведения досуга как составной части проблемы состояния культуры в целом [1]. Этим объясняется интерес к предложенной социологом Р. Ольденбургом модели измененных социальных отношений. В частности, в анализе, предлагаемых исследователем восьми функциональных характеристик мест досуга, обнаруживаются общие черты цифровизации культурного поля. Мы кратко изложим базовые положения этой теории, необходимые нам в рамках данного исследования.

Американский социолог рассматривает, так называемые «третьи места», которые трактует как «неформальные общественные места для встреч» [2, С. 9]. Данный подход строится на утверждении о многослойности существования современного человека: по мнению Ольденбурга, сегодня человек существует в трех четко обозначенных пространствах: первое место обитания личности – дом, второе – работа, третье – места для развлечений, отдыха. Ученый полагает, что именно последние обозначенные пространства – источники

уникальных культурных кодов. Доказательства строятся на исследовании функционала выделенного специфичного пространства. В анализе современной тенденции цифровизации всего поля культуры данный деятельностный подход представляется наиболее эффективным.

В первую очередь, по мнению Р. Ольденбурга, «третьи места» являются местом консолидации людей. Приходя в обозначенные социокультурные пространства, человек получает возможность завязать новые знакомства, испытать специфический эмоциональный опыт, тем самым, он может развить и улучшить собственные социальные навыки. Ольденбург выделяет эту функцию пространства «третьих мест» в качестве «первой и главной», т. е. обозначает ее как фундаментальную, смыслообразующую [2, С. 20]. Социокультурные пространства типа «третьих мест» неизбежно группируют, несколько обезличивают уникальных разнотипных людей в единый организм. В этом состоит их массовидный универсальный характер. Следует обратить внимание на то, что в более общем аспекте это доказательно свидетельствует, что цифровизация своеобразно вытесняет целостность социума, заменяя его группами.

В концепции Ольденбурга отмечено, что обозначенные социокультурные пространства выполняют функцию ассимиляции. Люди, пришедшие в «третьи места», становятся полноценными, равными членами одного общества. По своей сути, обозначенные социокультурные пространства стремятся к унификации, которая, в свою очередь, порождает модель внутригрупповой глобализации [1; 3]. Как мы полагаем, в этом и заключается оригинальность «третьих мест»: они демонстрируют культурные тенденции в масштабах небольшой группы.

Социокультурные пространства следует позиционировать как «сортировочные узлы» [2, С. 22]. «Третьи места» – это своеобразные инструменты социометрии, т. е. каждому посетителю данных пространств предоставляется возможность напрямую изучить специфику внутригруппового общения. Человек, благодаря хорошо налаженной коммуникации в «третьих местах» рефлексивно социализируется: у него формируется потребность понимать себя, свои интересы, анализировать других людей, делать выводы на основе сделанных наблюдений.

Также отметим, что Р. Ольденбург предлагает фиксировать «третьи места» в качестве «организационных пунктов» [2, С. 22]. В случае катастроф или чрезвычайных происшествий, они должны играть роль информационного и объединяющего центра, где можно получить информацию о необходимых действиях. Обратим внимание, что безопасность в данной концепции трактуется как укрытие, причем это укрытие внешнее: человек просто прячется.

Последующие выделенные функции пространств досуга являются своеобразным обобщением обозначенных выше. Как социолог, Ольденбург определяет «третьи места» в качестве мест рекреации. Это свидетельствует об особой важности эгалитаризма как фактора обеспечения комфортных условий коммуникации. Здесь обозначенная выше консолидация сливается с комфортом. Цифра в своей сути и есть неопределенная, совершенная форма комфорта, т. е. напрямую ассоциируется у личности с качеством жизни [3]. В решении обозначенной проблемы данного исследования значим и тот факт, что комфорт распространяется на сферу социальной коммуникации. Получается, что вечная проблема «отцов и детей» купируется посредством «третьих мест», тем самым эти пространства также косвенно влияют на устранение семейных ссор и конфликтов.

«Третьи места служат и пожилым людям» [2, С. 24]. Сама формулировка, якобы, выводит в сферу гуманизма: обозначенные социокультурные пространства позволяют старшему поколению избежать одиночества; дарят возможность быть в ритме жизни, не стать аутсайдером. Но именно здесь обнаруживается еще одна общая характеристика господства цифры в культуре – коммерциализация. Площадки досуга для пожилых – это средство получения прибыли, когда другие возрастные группы не могут их посещать.

Изменения в механизмах и способах коммуникаций проявляют сложность самой процедуры общения людей, поэтому даже социологи, например, не избегают определенного психологизма. Так, характеристикой досугового пространства можно определить их потенциал влияния на эмоциональный опыт человека. Кроме того, «третьи места» уводят коммуникацию в область политических интеллектуальных игр. Досуговые пространства пытаются достичь статуса центров духовной жизни

современного человека. По мнению Ольденбурга, именно в «третьих местах» сегодня ведутся разговоры о философии, политике и т. д. За этим сокрыт реальный функционал цифровизации: цифра привлекательна универсализацией игры. В современных условиях нередко реальность, виртуальность и игровое поле воспринимаются как тождественные, даже творчество становится игрой.

В анализе функционала досугового пространства можно выделить и ключевые черты, позволяющие демаркировать социокультурное пространство в качестве «Великих Хороших Мест»: неприметность, уравнивание, доступность и размещение, завсегдаи, возможность находиться в тени, игривое настроение, «дом вдали от дома». Согласно им, досуговое пространство отражает ориентацию человека на достижение комфорта, ассоциированного им с простым процессом коммуникации. Информационное наполнение коммуникации видимо теряет значимость, как следствие, личность теряет интерес к осмысленности коммуникации [4].

В современных условиях, во многом спровоцированных пандемией, досуговое пространство видимо меняет формат – с очной формы на виртуальную, что вызывает трансформацию его статуса в культуре, меняет его функционал в жизни человека, но при сохранении общей ориентации на комфортное общение [5]. Новые особенности «третьих мест» возможно систематизировать, опираясь на проанализированную выше теоретическую модель данного типа социокультурного пространства. Так как пространство досуга всегда уникально в практике, в качестве условной эмпирической базы выберем *коворкинг* и *антикафе* как форму «третьего места».

В рамках изучаемой проблемы антикафе отвечают формату «третьего места». В данных заведениях, как правило, неброский интерьер, всегда благоприятная, легкая атмосфера, есть постоянные посетители, создающие особое настроение. Самые популярные места размещения антикафе – в спальных районах, в шаговой доступности для больших жилых кварталов. Кроме того, эти заведения выполняют практически весь функционал «третьих мест»: в них посетители знакомятся с новыми для себя людьми, улучшают свои социальные навыки. Благодаря «дополнительным мероприятиям – вечеринкам, лекциям, мастер-классам, ярмаркам, выставкам и фестивалям» посетители проходят процесс инкультурации, т. е. получают специфические

знания, умения, а также получают возможность удовлетворить потребности в самовыражении, творчестве [3, С. 184]. Но, с другой стороны, как констатирует А. В. Пестова, в характеристике антикафе есть уникальная особенность – по своему формату это заведение можно назвать определенной культурной системой, базовыми элементами которой служат всевозможные события – events. В концепции же Ольденбурга «третье место» однородны по содержанию. Кроме того, есть еще одно важное отличие антикафе от «Великих Хороших Мест»: целевая аудитория. «Третье место» выполняет роль консолидатора разных социальных слоев, в то время как антикафе популярно скорее «у школьников и студентов, чей возраст варьируется в зависимости от специфики заведения» [3, С. 184].

Коворкинг также относится к современному «третьему месту». Неброский интерьер, не отвлекающий посетителей, завсегда, посещающие практически каждый день эти заведения и создающие особый эмоциональный уют, возможности социализации и инкультурации посетителей, возникающие во время их коммуникации и взаимодействия. Стоит отметить, что коворкинг также выполняет специфическую, редкую, упомянутую Ольденбургом функцию – становится удобным «рабочим пространством»: часто посетители этих социокультурных мест приходят для того, чтобы выполнять трудовые обязанности [2]. Эта черта механизма коворкинга свидетельствует об определенной модификации «третьего места». В связи с данной спецификой, нужно уточнить, что целевой аудиторией коворкинга, как и в случае с антикафе, тоже служит достаточно узкая социальная группа. А. В. Пестова называет коворкинг «пристанищем тихой интеллигенции – it-специалистов, дизайнеров» [3, С. 184]. Но несмотря на приведенные особенности, нельзя отрицать схожесть этого социокультурного пространства с образом «третьего места».

Коронавирусная инфекция, пришедшая в конце 2019 года, существенно изменила социальное пространство. Спецификой пандемийной жизни стало то, что все три места – дом, работа, «третье место» – для человека реализовались в одном конкретном пространстве. Досуг, рабочая деятельность и домашний уют были заключены в едином месте. Такая унификация послужила трансформации многих областей общественной жизни. Вся культурная сфера также перекочевала в цифровой мир: концерты, фестивали,

выставки стали предметом онлайн-вещания на различных медиаресурсах. Изменилось и досуговое пространство. В частности, коворкинг и антикафе были закрыты из-за несоответствия медико-санитарным нормам. Но это была не простая рокировка элементов социальной практики. «Третьи места» начинают стремительно сужать поле собственного функционала. Досуговое пространство оказалось инертным в цифровизации, и в условиях ускорения социального времени виртуальное пространство стало размывать его демаркационные линии [3; 5]. Так, коворкинг и антикафе видимо начинают претерпевать поглощение социальными сетями. Это позволяет предположить, что существенной чертой развития «третьих мест» в настоящее время становится их виртуализация.

«Третьи места» из зоны комфорта становятся зоной бегства от шока будущего. «Наступила эра демассифицированных средств информации, которая окажет глубокое воздействие на то, как формируется наше представление об окружающем мире» [6, С. 572]. В XXI веке в связи с распространением Интернет-технологий информационный поток буквально поглощает человека. Появляется новая форма «потерянности» и «пространности» – зависимость от медиаресурсов, формирующая новую форму отчуждения – отчуждения смысла Я от самого себя. «Способность впитывать громадный объём разнородных блипов и самостоятельно находить концепции, на которые, как на нитки, нанизываются укладываемые в них информационные бусины, является неотъемлемым свойством человека третьей волны» [6, С. 572]. Личность XXI условно постмодернистская: «мы стали получать информацию отрывками из гораздо большего количества часто противоречащих друг другу источников» [6, С. 572]. Новый способ считывания информации влияет не только на получение знаний, но и в целом на коммуникативные каналы человека. Изменения в прочтении и восприятии материалов неизбежно ведет и к трансформации ее подачи. Таким образом, меняется специфика коммуникативной системы. Отсюда, возникшие социальные сети – это следствия действия новой исторической необходимости. А в отношении «третьих мест» можно говорить уже о возникновении «культуры отсутствующего пространства». Среди прочих исследователей, Е.М. Гашкова декларирует, что, если ранее «социальная

мысль выбирала между тео- и антропоцентризмом, то сейчас добавилась идея киберцентризма» [7, С. 13].

В рамках логики нашего исследования следует отметить, что феномен социальных сетей отвечает приведенной системе критериев «третьего места». Социальные сети – максимально доступны и удобны для каждого пользователя. Для того, чтобы стать частью любой цифровой коммуникативной площадки необходимо пройти несложную регистрацию, которая требует минимальных усилий и навыков. Стоит отметить, что у социальных сетей есть преимущество перед социокультурными заведениями. Данные виртуальные площадки доступны для людей с ограниченными возможностями, в то время как организация особых условий в очных «третьих местах» требует времени, подготовки, денег и иных ресурсов. Пользоваться социальными сетями может человек любого статуса, положения, возраста, гендера, что позволяет говорить о данных коммуникативных площадках как об уравнителях. Социальные сети выступают как ассимиляторы, так как они внедряют пользователя в свое пространство, которое живет по определенным правилам и законам [8]. Завсегдатаи цифровых коммуникативных площадок – некие пользователи, которые отдают предпочтение конкретному Интернет-ресурсу, активно проявляют себя в нем. Сложно судить о степени влияния такой деятельности на создание атмосферы, но завсегдатаи в цифровом пространстве могут быть зачинателями коммуникации [9; 10; 11]. В социальной сети можно находиться в тени – существуют различные модификации, скрывающие информацию о нахождении определенного пользователя онлайн. Кроме того, в виртуальном пространстве в принципе существует возможность остаться инкогнито. Все обозначенные факты говорят о том, что социальные сети стремятся обеспечить человеку выбор, который, в свою очередь, дарит ощущение спокойствия. Комфорт социальных сетей становится более притягательным для личности, чем комфорт «третьих мест».

Однако, следует отметить принципиальное отличие социальной сети от «третьего места» – сфера ее действия размыта и не имеет четких границ. В частности, под вопросом такой критерий как эмоциональный опыт. Например, веселое настроение в характеристиках цифровых площадок невозможно зафиксировать и проанализировать. Это существенно в отношении анализа

цифровизации – на место «живой» эмоции встает яркая картинка оформления. Если к этому добавить, что, например, категория «дом» в цифровой среде в характеристиках сети – «дом вдали от дома» не определяется конкретно, то становятся очевидным, что за трансформацией «третьих мест» стоит существенное изменение носителя общественных отношений [5]. Посторонний становится бездомным.

Таким образом, опираясь на вышеизложенные положения, мы полагаем, что в области функционала социальные сети определенно конкурентоспособны с «третьими местами». Виртуальные коммуникативные площадки консолидируют социальные слои, ассимилируют новых пользователей с разными сообществами. Благодаря наличию в социальных сетях системы сообществ, групп, интересных страничек, через специальные алгоритмы медиаресурс предоставляет тот контент, который соответствует интересам пользователя, то есть сортирует материалы, новости и сведения. Кроме того, в случае каких-либо происшествий, именно через мессенджеры, социальные сети люди узнают о случившемся, то есть организуются посредством данных медиаресурсов. Виртуальные коммуникативные площадки позволяют проводить досуг: обычно в структуру социальной сети помимо мессенджера, новостной ленты включены блоки с играми, видеохостингом, музыкой и т.д., что способствуют разностороннему проведению досуга. Все чаще на просторах Интернета можно встретить пожилых людей – блогеров. Для них использование социальных сетей – способ избавиться от депрессии, получить новые знакомства и впечатления. Через социальные сети осуществляется новые практики коммуникации, которые обладают специфичным визуальным языком. Эмоциональный опыт в случае цифровых коммуникативных площадок передается с помощью специальных картинок – стикеров, а также через эмодзи. Эта особенность, с одной стороны, обедняет эмоциональный интеллект, с другой – дарит однозначность трактовки состояния для собеседников, что улучшает качество коммуникации. Социальные сети разворачивают под постами в новостной ленте целые дискуссии о философии, политике и иных науках. И даже выделенные нами отдельные функции – творческая и просветительская – также реализуются цифровыми коммуникационными площадками. Личный профиль для пользователя может быть способом самовыражения, платформой

для рассказа о себе и своих интересах. Поиск и общение с новыми людьми, участие в дискуссиях предполагают получение новых знаний и опыта. Принципиальным отличием функционала социальных сетей становится лишь то, что все эти явления разворачиваются в виртуальном поле.

Итак, теоретический анализ специфики цифровизации «третьих мест» в особых условиях существования культурного поля, обусловленных пандемией, показывает неизбежность цифровой перестройки культуры. Пандемия обнаружила некоторое отставание социальной практики от потребностей эпохи: «третьи места» оказались инертными в быстром переходе на формы удаленной коммуникации. Значимость трансформаций досугового пространства в теоретическом понимании развития культуры состоит не столько в изменении количества «третьих мест», многие из которых уже сегодня становятся анахронизмом, сколько в наблюдаемом качественном изменении. Виртуализация меняет сам процесс коммуникации: процессуальность вытесняет значимость результативности. Возникает феномен коммуникации ради самой коммуникации. Так как «третье место» – это сущностная характеристика потребности личности, то неизбежно изменение и его самого. Оно может констатироваться как коммуникативное, и в его структуре появляются новые формы отчуждения, спровоцированные неизбежным процессом цифровизации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Дадаева Т.М., Кузнецова Т.А. «Третье место» или феномен антикафе в городском пространстве современного социума: теоретический аспект // Огарёв-Online. – 2019. – №9 (130). – С. 1–6.
2. Ольденбург Э. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. – Москва: Новое литературное обозрение, 2014. – 456 с.
3. Пестова А. В. «Третьи места» третьего тысячелетия: революция рабочего и досугового пространства // Человек в мире культуры. Региональные культурологические исследования. – 2017. – № 2/3 (21). – С. 183–185.
4. Несбит Дж., Абурден П. Мегатенденции. – Москва: ИНИОН, 1992. – 39 с.
5. Плещенко В.И. Между традициями и виртуальной реальностью: эпидемия коронавируса как катализатор изменений в культурной сфере // Культурологический журнал. – 2020. – № 2(40). – С. 2–6.
6. Тоффлер Э. Третья волна. – Москва: АСТ, 2002. – 800 с.

7. Гашкова Е.М. Культура отсутствующего пространства: от антропо- к киберцентризму // Symposium”, Виртуальное пространство культуры. – 2000. – Вып. 3. – С. 12–14.
8. Темкина В.В. Социальные медиа как третьи места: некоторые аспекты вопроса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/59155/1/978-5-91256-403-1_2018_082.pdf (дата обращения: 25.09.2021).
9. Кузнецова Ю.А. Массовые онлайн-мероприятия как инструмент преодоления социальной изолированности населения // Теория и практика общественного развития. – 2020. – № 7(49). – С. 37–44.
10. Шипунова О.Д. Условия формирования личности в контексте киберантропологии // Общество. Коммуникация. Образование. 2017. – Т.8, №3. – С. 57–64.
11. Gashkova E.M. Models of self-identification in digital communication environments // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences. 2018. С. 374-382.

**ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ПУТИ ВОССТАНОВЛЕНИЯ МИРОВОЙ
ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ COVID-19**

**PROSPECTIVE WAYS FOR RESTORING THE WORLD TOURISM
INDUSTRY AFTER COVID-19 PANDEMIC**

Д.О. Матяшова,

Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)

E-mail: dasham0708@mail.ru

D.O. Matyashova,

St. Petersburg State University
(Saint Petersburg, Russia)

В.Л. Погодина,

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна
(Санкт-Петербург, Россия)

E-mail: vlpogodina@mail.ru

V.L. Pogodina,

Saint-Petersburg state university of Industrial Technologies and Design
(Saint Petersburg, Russia)

А.С. Матвеевская,

Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)

E-mail: a.matveevskaya@spbu.ru

A.S. Matveevskaya,

St. Petersburg State University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. Статья рассматривает перспективные пути восстановления туристской индустрии после пандемии COVID-19. Актуальность данной работы заключается в необходимости поиска наиболее эффективных средств восстановления глобального туризма, а также в потребности осмысления воздействия многоаспектных мировых

кризисов на глобализованную экономику современного мира и её отдельные отрасли. Практическая значимость работы заключается в выявлении современных тенденций восстановления туристской отрасли и предложенных рекомендациях по внедрению успешных практик. Международный туризм как сфера политического сотрудничества государств, ориентируется на рекомендации Всемирной Туристской Организации (UNWTO), а также рекомендации участников G20. Для государств предполагается активизация внутреннего туризма, брендинг национальных объектов показа, а также стимулирование развития молодежного туризма. Долгосрочная перспектива предполагает развитие информационных технологий и инфраструктуры, нацеленных на развитие медицинского туризма.

Abstract The paper considers the promising ways to recover the tourism industry after the COVID-19 pandemic. The relevance of this work lies in the need to search for the most effective means of restoring global tourism, as well as in the need to understand the impact of multidimensional world crises on the globalized economy of the modern world and its individual industries. The practical significance of the work lies in identifying current trends in the recovery of the tourism industry and the proposed recommendations for successful practices. International tourism as a sphere of political cooperation between states is guided by the recommendations of the World Tourism Organization (UNWTO), as well as the recommendations of the G20 participants. States are encouraged to intensify domestic tourism, branding of national display sites, and encourage the development of youth tourism. The long-term perspective assumes the development of information technologies and infrastructure aimed at the development of medical tourism.

Ключевые слова: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ, COVID-19, КОДЕКС ЮНВТО, РЕКОМЕНДАЦИИ G20

Keywords: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ, COVID-19, КОДЕКС ЮНВТО, РЕКОМЕНДАЦИИ G20

Международный туризм является одним из основных видов международной экономической деятельности, сложной и комплексной сферой, оказывающей существенное влияние как на структуру и общую ситуацию в мировой экономике, так и на хозяйства большинства стран и отдельных регионов мира [1]. Развитие туризма оказывает стимулирующее воздействие на такие секторы экономики, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного

потребления, и составляет одно из наиболее перспективных направлений структурной перестройки экономики [2].

Авторы отмечают, что сфера международного туризма до 2019 г., в целом, имела положительную тенденцию несмотря на то, что не все страны реализовали свой туристский потенциал. Однако, в 2020 г. мировая туристская индустрия столкнулась с серьезным вызовом – кризисом, обусловленным распространением нового вида коронавируса (пандемией COVID-19) [3]. Международный туризм стал одной из наиболее пострадавших от пандемии отраслей. Спрос на услуги туристского и гостиничного бизнеса, которые выступали одним из крупнейших в мире источников валютных поступлений и занятости населения в эпоху pre-COVID-19, значительно сократился.

Анализ отдельных стран демонстрирует такой факт, что влияние пандемии на их экономический уровень может быть максимально губительным. В частности, для тех государств, экономика которых напрямую зависит от туризма. Это такие государства как малые островные развивающиеся страны: Маршалловы острова, Сейшельские острова, Мальдивы, Багамские острова и т.д. [4].

Однако, на практике, самые пострадавшие страны из-за влияния COVID-19 являются Мексика, Испания, Италия, Китай, Австралия, Германия, Великобритания, США, Франция и т.д. Во-первых, несмотря на меньшую долю туризма в ВВП этих странах, денежные обороты от туристской индустрии значительно выше, чем в малых островных развивающихся странах, где доля туризма в ВВП больше 50%. Например, доходы Испании в сфере туризма за 2019 г. составляют 208 млрд. долларов США, а доходы Макао составляют 42 млрд. долларов. Во-вторых, это связано с высоким уровнем смертности от коронавируса и уже последующими политическими мерами. Так, в Европе, ограничительные действия были одними из самых строгих (не считая КНР), когда взрослым разрешалось покидать свой дом только для покупки продуктов, лекарств, выгула собак. Все это отразилось на состоянии туризма в этих странах [5].

Стоит отметить, что эксперты Всемирного экономического форума предупреждали об угрозах от возможных пандемий в 2006 г. Сегодня, специалисты Экономического форума предостерегают общественность и политических деятелей о том, что последствия пандемии COVID-19 будут

ставить под угрозу развитие мировой экономики еще 3-5 лет [6]. Международная ассоциация воздушного транспорта также отмечает кризис в туристской индустрии. Ассоциация отмечает снижение международных авиаперелетов на 90% по сравнению с уровнем в 2019 г. Ассоциация прогнозирует, что мировой пассажиропоток стабилизируется не раньше 2024 г. [7].

В современных условиях цифровизация становится фактором, который стимулирует сотрудничество, расширяя возможности туризма, упрощающая взаимодействия туристов с работниками смежных сфер, создавая новые форматы экскурсий, расширяя возможности для брендинга и городского туризма [8]. Данная тенденция рассматривалась как ключевой драйвер индустрии в 2010-х годах. Тем не менее, в 2020 г. обнаружилось и другие значимые факторы международной кооперации в сфере туризма. Пандемия Covid-19 стала одной из чрезвычайных ситуаций в глобальном масштабе.

Переориентация на внутренний туризм ослабляет трансграничный характер туризма, однако укрепляет его привязку к конкретным регионам и достопримечательностям, что в долгосрочной перспективе играет положительную роль для брендинга этих регионов, а также стимулирует приток средств для развития инфраструктуры [9]. Рост числа спонтанных поездок теоретически может ослабить сезонный характер туризма. Спонтанность поездок связана с динамизмом изменения карантинных мер и носит краткосрочный характер, в то время как временное ослабление сезонности может, напротив, привести к притоку средств в ослабленную индустрию тогда, когда данного притока обычно не предвидится.

Ограничения на въезд в глобальном масштабе начинают постепенно ослабевать. С начала ноября 2020 г. авторы наблюдают отход от полных ограничений к частичным (ограничения на воссоединение семей, поездки на работу и учёбу снимаются) [10]. Данные тенденции представляются устойчивыми и являются противоположностью факторам, препятствующим восстановлению туристской индустрии. Кроме того, все эти факторы оказывают друг на друга взаимное интенсифицирующее влияние. Это означает, что они будут способствовать ускорению позитивной динамики друг друга и, как следствие, реализации оптимистического сценария Всемирной организации туризма.

Косвенно данный позитивный прогноз подтверждает актуальная динамика в сферах услуг, связанных с туризмом – рост актуальных бронирований авиабилетов и гостиничных номеров. Так, в марте 2021 г. актуальные бронирования авиабилетов выросли на 32% по сравнению с январём 2021, а бронирование гостиничных номеров возросло на 90% одновременно с числом поисков отелей [11].

Усилия по восстановлению туристской отрасли также предпринимаются на уровне международных организаций. Новые юридические и финансовые гарантии государств, туристских операторов и смежных отраслей становятся ключевыми инструментами восстановления в этих условиях [12]. Это должно снизить риски для туристов, потребительский пессимизм в краткосрочной перспективе и опасности резкого падения для отрасли в долгосрочной перспективе. Это проявилось в инициативе принятия Международного кодекса юридической защиты туристов на уровне UNWTO, которая была озвучена в 2020 г. [13]. В 2021 г. эта инициатива воплотилась в принятии предварительной версии данного документа. Проект Международного кодекса юридической защиты туристов основан на принципах гармонизации, координации и кооперации, которые в долгосрочной перспективе должны способствовать формированию общих стандартов финансовой защиты, общих правил информирования, а также появлению общих трактовок чрезвычайных ситуаций. В рекомендациях основной упор сделан на информировании туристов о чрезвычайных ситуациях и «смягчении административного бремени в условиях чрезвычайных ситуаций». Рекомендации по созданию механизмов страхования и инструментов поддержки туроператоров, тем не менее, носят общий характер [14].

Рекомендации G20 для будущего сферы туризма предлагают более конкретные действия по совершенствованию работы смежных отраслей – транспортной (общая политика в сфере тестирования, вакцинации и сертификации, расширение использования биометрии), турагентской и гостиничной сфер (диверсификация рынка, приоритетная поддержка малого и среднего бизнеса, стимулирование локальных производственных цепочек, мониторинг инклюзивности, социальная защита работников туристского бизнеса), а также совершенствование политической повестки и политики в сфере туризма [15].

В контексте текущих трендов в туризме как сфере политического сотрудничества и секторе экономики на уровне отдельных государств рекомендуется активизировать внутренний туризм через поддержку местного малого и среднего бизнеса, брендинг и ребрендинг местных достопримечательностей, а также через поддержку стимулировать формы туризма, востребованные среди молодёжи – в частности, формы волонтерского и образовательного туризма [16; 17]. В долгосрочной перспективе документы рекомендуют развивать технологии и инфраструктуру, связанные с медицинским туризмом, фокусироваться на его брендинге и ребрендинге, а также повышать стандарты туристской медицины [18].

На уровне международного регулирования туризма документы рекомендуют продолжать сотрудничество в сфере международного нормотворчества, направленного на защиту прав туристов в условиях чрезвычайных ситуаций. В частности, UNWTO рекомендует дополнить Международный кодекс юридической защиты туристов конкретными рекомендациями по страховой защите, по механизмам социальной защиты работников туристской сферы и по механизмам выработки единой политики с опорой на опыт G20, предложившей комплексный и объёмный план. В свою очередь, участникам G20 рекомендуется продвигать принципы и указания, предложенные в данном плане, в экономических блоках и союзах, членами которых они являются. Также на уровне как международного регулирования, так и межгосударственного сотрудничества рекомендуется выработать универсальные и устойчивые механизмы эвакуации туристов в случае кризисов здравоохранения, механизмы защиты прав туристов-волонтеров (рекомендуется кооперация с Международной организацией труда), а также глобальные стандарты для медицинского туризма [19].

Проблема туризма как значимой сферы мировой экономики, инструмента межгосударственного политического диалога в масштабе мировой политики, брендинга и повышения мягкосилового потенциала в масштабах отдельных государств [20] приобрела особую актуальность в контексте пандемии Covid-19, которая стала, с одной стороны, детерминантой глобального снижения туристских потоков, с другой стороны, стимулом

трансформации туризма как сферы экономики и политико-социальной практики.

Таким образом, если на общеэкономическом уровне мировая туристская индустрия претерпевает масштабный спад, усиливаемый спадом в смежных отраслях, то на уровне тенденций отрасли она претерпевает переориентацию на внутренний туризм, рост числа спонтанных поездок, повышение доли молодых туристов, а также экспоненциальный рост сектора медицинского туризма с высокой его долей активизации в развивающихся экономиках Ближнего Востока, Латинской Америки и Азиатско-Тихоокеанского региона. Последние тенденции не ведут к ускорению восстановления отрасли напрямую, однако косвенно способствуют укреплению местных экономик и притоку средств в ослабленную индустрию вне контекста сезонности.

В настоящее время происходит активизация связанных с туризмом индустрий. Это обусловлено как сезонностью, так и позитивными факторами расширения кампаний вакцинации, смягчения ограничений на пересечение границ, снижения потребительского пессимизма и активизации международного сотрудничества в сфере защиты как туристов, так и отрасли в целом, усиливающими друг друга и укрепляющими за счёт этого свою положительную динамику.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Matveevskaya A.S., Pogodina V.L., Tarakanova T.S., Evseev V.V., Nesterova I.E. (2018) Technologies of tourism in the modern urban environment *International Journal of Civil Engineering (IJCIET)* 9(10), pp. 1566–1574.
2. Vasileva O., Tarakanova T. (2020) Communication in the formation of the institutional environment in the tourism industry *III International Scientific and Practical Conference*, 66, pp. 1–4. DOI: 10.1145/3388984.3390952
3. Brouder P.: Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world (2020) *Tourism Geographies*. 22 (3) pp. 484-490
4. Official website of UNWTO. Электронный ресурс, URL: <https://www.unwto.org> (дата посещения: 12.10.2021).
5. Official website of Northstar Travel Group, Электронный ресурс, URL: <https://www.travelpulse.com> (дата посещения 15.10.2021).
6. Official website of Deutsche Welle, Электронный ресурс, URL: <https://www.dw.com> (дата посещения 17.10.2021).

7. International Air Transport Association called for testing all passengers. TASS, Электронный ресурс, URL: <https://tass.ru/obschestvo/10089047>, (дата посещения 23.10.2021)
8. Pogodina, V., Yakovleva, S., Matveevskaya, A., Evseev, V. (2021) Geo-branding as a tool for realizing Russia's interests in the international arena. *Springer Geography*. 396-407. DOI: 10.1007/978-3-030-58263-0_35
9. Ababkova, M., Vasileva, O.: System approach to evaluation of tourism cluster companies' environment and performance *E3S Web of Conferences* 175, 10014. (2020). DOI: 10.1051/e3sconf/202017510014
10. Official website of IOM, Электронный ресурс, URL: <https://migration.iom.int>, (дата посещения:29.09.2021).
11. Tourism Recovery Tracker. UNWTO Электронный ресурс, URL: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-recovery-tracker> (дата посещения: 27.10.2021).
12. Skare M., Soriano D. R., Porada-Rochon M. (2021) Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*. 163
13. New international code to provide greater legal protection for tourists. UNWTO, Электронный ресурс, URL: <https://www.unwto.org/news/new-international-code-to-provide-greater-legal-protection-for-tourists> (дата посещения: 11.10.2021).
14. International Code for the Protection of Tourists. UNWTO, Электронный ресурс, URL: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-03/assistance-to-international-tourists-in-emergency-situations.pdf> (дата посещения: 15.10.2021).
15. Official website of G20, Электронный ресурс, URL: <https://www.g20.org> (дата посещения: 17.10.2021).
16. Намазов А.К., Евсеев В.В. Роль физической культуры и спорта в формировании здорового образа жизни студента // Здоровье – основа человеческого потенциала: проблемы и пути их решения. 2016. Т.11. № 1. С. 422-425.
17. Shipunova O., Zhabenko I., Evseeva L., Pozdeeva E., Evseev V.V. (2019) Social and educational environment modeling in future vision: infosphere tools *E3S Web of Conferences. 2018 International Science Conference on Business Technologies for Sustainable Urban Development, SPbWOSCE 2018*. 2019. С. 02011. DOI: 10.1051/e3sconf/20911002011
18. Ganes J. Lee C.: Medical tourism. *Travel Medicine (Fourth Edition)*. 2019.
19. Official website of Medical Tourism Index. Электронный ресурс, URL: <https://assets.website-files.com> (дата посещения: 17.10.2021).
20. Матяшова Д.О. Проблема эффективности мягкой силы РФ: источники и пути решения // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2018. №1 (17). С. 132-135.

**ПРОБЛЕМА КОНСТРУИРОВАНИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ
ИДЕНТИЧНОСТИ В ГОСУДАРСТВЕ**

**THE PROBLEM OF CONSTRUCTING ETHNOCULTURAL
IDENTITY IN THE STATE**

И.И. Колесник,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт_Петербург, Россия)
e-mail: Svetlova_i@mail.ru

I.I. Kolesnik,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Ван Ицинъ,

Университет Цинхуа
(Пекин, Район Хайдянь, КНР)
e-mail: d.wang@vip.163.com

Wang Yiqin,

Tsinghua University
(Beijing, Haidian District, P. R. China)

Аннотация. Статья посвящена исследованию способов конструирования этнокультурной идентичности на примере отдельных государств. Этнокультурная идентичность – осознание своей принадлежности к культуре определенного этноса – является важнейшей составляющей национального самосознания. Процесс формирования национального самосознания, в свою очередь, определяет историческую судьбу государства. В статье этнокультурная идентичность рассматривается как конструкт, воспроизводящийся в различных формах в разных странах. Важным фактором является культурно-исторический возраст государства. В зависимости от него этнокультурная идентичность основывается на культурном прошлом либо на построении будущего. Значительную роль играют получившие распространение виды искусства.

Abstract. The article is devoted to the study of methods of constructing ethnocultural identity on the example of individual states. Ethnocultural identity - the awareness of one's belonging to the culture of a particular ethnic group - is the most important component of national identity. The process of the formation of national identity, in turn, determines the historical fate of the state. In the article, ethnocultural identity is considered as a construct that is reproduced in various forms in different countries. An important factor is the cultural and historical age of the state. Depending on it, ethno-cultural identity is based on the cultural past or on the construction of the future. The widespread forms of art play a significant role.

Ключевые слова: ЭТНОКУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ, НАЦИОНАЛЬНОЕ САМОСОЗНАНИЕ, ГОСУДАРСТВО, ФИНЛЯНДИЯ, ИРАК, КУЛЬТУРА, ИСКУССТВО

Keywords: ETHNOCULTURAL IDENTITY, NATIONAL SELF-CONSCIOUSNESS, STATE, FINLAND, IRAQ, CULTURE, ART

Этнокультурная идентичность – осознание своей принадлежности к культуре определенного этноса – является важнейшей составляющей национального самосознания. Процесс формирования национального самосознания, в свою очередь, определяет историческую судьбу государства. В данном исследовании этнокультурная идентичность будет рассматриваться как конструкт, воспроизводящийся в различных формах в разных странах.

В современной этнологической науке более актуально использование термина «этническая группа», чем указывающие на исторические формы этноса термины «племя», «народ», «нация». Также предлагается корректировка (уточнение) термина «многонациональное государство»: «многонародная нация». Это снимает проблему сложности определения: «этнокультурная идентичность» – термин, включающий в себя маркеры культуры и этнической группы (специфические), и государства-нации (более широкие). На современной карте мира мало моноэтнических государств. Титульные этносы являются самыми многочисленными, но не единственными. К примеру, в России более двухсот этнических групп, в Китае – пятьдесят шесть. Поэтому тема исследования подразумевает конструирование этнокультурной идентичности в узком и широком смысле.

Цель работы – проиллюстрировать способы конструирования этнокультурной идентичности на примере отдельных государств.

Термин «этнокультурная идентичность» определен в различных теоретических работах ученых [1; 2]. Проблема этнокультурной идентичности на современном этапе исследуется, в основном, в контексте процесса культурной глобализации, охватившей мир [3]. Несомненно, XX век, породивший средства массовой информации, массовую культуру и интернет, привел к тому, что этнические особенности стали нивелироваться. Индустриализация, урбанизация и построение информационного общества привели к тому, что наука этнология с середины XX века стремительно теряет объект исследования – традиционные общества с культурой постоянства, уникальности, долговечности и «медленного времени» [4; 5; 6]. Соотношение традиций и новаций – сквозная тема современных культурологических исследований. Этнические культуры растворяются вследствие распространения массового производства материальных и духовных ориентиров, небывалого усиления миграционных процессов и ускорения времени. Однако, не все государства активно вовлечены в процесс унификации ценностей и глобализации, скорее, это характеристика западных стран. Большое число государств в других частях света можно назвать относительно закрытыми в силу разных причин. К таким причинам можно отнести:

1) целенаправленную политику отстаивания своей этнонациональной культуры и устойчивой этнокультурной идентичности и для сохранения внутреннего гражданского единства, территориальной целостности, независимости;

2) господство религиозных культур во многих государствах, даже в тех, которые формально являются светскими;

3) в конце концов, стремление к собственной этничности как ответная реакция на культурную унификацию и угрозу утраты культурного многообразия мира.

Уместно вспомнить высказывание «Запад есть Запад, Восток есть Восток, и вместе им не сойтись», которое подтверждает современная этнокультурная география мира: принципиальные позиции своей культуры и ценностей будут отстаиваться сознательно и бессознательно обществом в целом, социальными группами и отдельной личностью. Философия, право и другие социогуманитарные науки прошли долгий путь от этноцентристских

установок к появлению направления «культурный релятивизм», обосновавшего равноправие и самоценность всех культур и народов мира.

Этнокультурная идентичность воспроизводится в разных формах, которые соответственно необходимо изучать как систему, имеющую вариативные способы организации (конструирования).

Начальным этапом исследования этого вопроса является выделение такого критерия, как культурно-исторический возраст государства. Страны на современной карте мира с точки зрения форм этнокультурной идентичности можно условно разделить на две группы. Первая – это государства, имеющие длительную историю и, соответственно, историю культуры. Примеры многочисленны и хорошо известны, поскольку сохраняют неизменность на протяжении веков. Российское государство, одним из символов истории которого является «Памятник тысячелетия России» (Великий Новгород, 1862 г.), изображающий выдающихся представителей русской истории десяти столетий. Китай – древнейшее государство, история которого не уместится ни в один учебник (насчитывает пяти тысячелетий), а культура имеет максимальное в мире число носителей (около полутора миллиардов человек), а культурным символом стала Великая китайская стена – архитектурное сооружение, охватившее наибольшую в мире территорию. Египет и его до сих пор непревзойденные по размеру пирамиды и древнейшая монументальная статуя – Сфинкс. Европейские страны, несущие в своих языках древнюю латынь, Греция – колыбель европейской философии. Масштабы культуры подобных государств способствуют устойчивости этнокультурной идентичности их граждан, которая базируется на протяженной истории, зафиксированной в археологических памятниках, письменных источниках и языках, в архитектуре и искусстве, форме социальной организации и законах.

Вторая группа – это государства молодые, получившие независимость не так давно, не имеющие устойчивых многовековых опор. Поэтому процесс формирования этнокультурной и этнонациональной идентичности в таких странах представляет особый интерес для исследования.

В число основных признаков этноса входят этноним, язык, собственная территория, история, культура, религия и этническое самосознание. Последнее является обязательным фактором при определении этничности: все остальные признаки могут исчезнуть, но пока остается осознание себя

принадлежащими к одной этнической группе, этнос не считается исчезнувшим. Этническое самосознание формируется на основании ощущения принадлежности к общей группе, которая обладает перечисленными признаками, даже если эти признаки остались в прошлом, и в эту общность входили родственники из предыдущих поколений. Рассмотрим особенности конструирования этнокультурной идентичности в государствах на примере Ирака и Финляндии – стран, находящихся в разных частях света, получивших независимость в XX в.

Ирак с точки зрения выделенного нами критерия культурно-исторического возраста государства занимает двойственное положение. С одной стороны – это страна, расположенная на территории древней шумеро-вавилонской культуры, имеющая длительную историю, как письменную, так и археологическую. С другой стороны, получившая самостоятельность в 1958 г. (формально в 1932 г.), а до этого прошедшая путь смены культур, религий, власти, бывшая центром халифата (Багдад) в эпоху Аббасидов, частью Османской империи, протекторатом Великобритании. Судьба государства Ирак является ярким примером трансформаций культуры на протяжении истории. Современная этнокультурная идентичность иракцев базируется на знании, что их страна – наследница древнейшей цивилизации, как и позиционирует себя Ирак на современной международной арене. Но с того времени поменялись народы – пришли арабы и турки-османы, распространилась новая религия, появились новая архитектура и искусство, страна прошла путь пробуждения национального самосознания, в итоге сформировалось новое арабское государство. В ходе борьбы арабских стран за независимость огромную роль сыграли не только политические факторы. Этнонациональное пробуждение отразилось в литературе и искусстве. Судьба Ирака особенна тем, что на протяжении всего последующего времени после 1958 г. требовалось сохранение этнокультурного единства для сохранения территориальной целостности и независимости. Одним из основных факторов единения иракского народа является религия. Большинство верующих – мусульмане, есть и представители других религий. Традиционное арабское искусство и религиозная культура соединились в XX веке с новыми поисками и их результатами – новым изобразительным искусством, а также с наследием далекого прошлого. Символами новой этнокультурной идентичности иракцев

стали произведения литературы и искусства молодых авторов. Кроме этого, в первой половине XX в. начинаются учебные поездки молодых иракских художников за границу, в Европу, США, позднее – в СССР, что порождает проникновение западных художественных традиций и технологических новаций в искусство Ирака. Появляются научные и образовательные организации, способствующие созданию новых школ и направлений в иракском искусстве [7].

Основоположником нового изобразительного искусства Ирака становится скульптор Джавад Салим (1919-1961). Творчество Салима созвучно историко-политическим событиям его времени. Арабское национальное движение, возникшее в последние десятилетия XIX в., охватило и Месопотамию. Антитурецкое движение Ирака помогло англичанам захватить страну. Установление мандатного режима вызвало ряд восстаний, первое из которых произошло в октябре 1917 г. в Неджефе. В 1935 г. восстание перерастает в широкое народное движение рабочих и крестьян. Во время Второй мировой войны положение народа резко ухудшается, и национально-освободительное движение разворачивается с новой силой. В 1958 г. в Ираке происходит революция, после которой государство становится полностью свободным [8].

Джавад Салим посвятил революционным событиям главное произведение своей жизни. «Монумент Революции» («Монумент Свободы») расположен на центральной площади Тахрир («площадь Свободы») в столице Ирака Багдаде. Памятник-арка был установлен в 1958 г. На плите длиной 50 метров представлено несколько групп рельефов, связанных между собой по смыслу. Читать их следует слева направо, так же, как и арабский текст. Двенадцать фигур делятся по содержанию на три группы: справа и посередине изображена борьба за освобождение страны, слева результат – мирный созидательный труд. В центре изображен борец, разрывающий решетку и выходящий на волю. Джавад Салим посвятил проектированию и созданию этого монумента последние годы своей жизни, это итог его размышлений и поисков, в котором ему удалось совместить черты арабо-иракского искусства с современными тенденциями. «Монумент Свободы», созданный восемьдесят лет назад, и сейчас остается современным и с искусствоведческой точки зрения, и с политической. Выразительность образов, глубина замысла,

предвосхитившая всю последующую историю Ирака – государства, которое до сих пор остается очагом внешних и внутренних военно-политических конфликтов и действий, а площадь Тахрир и сегодня является местом, где собираются граждане Ирака на протестные акции и митинги. Рельефная картина монумента повествует о противостоянии народа насилию, войне и терроризму; сила борцов и дух свободы побеждают и дают надежду на мирный созидательный труд. Памятник, несомненно, является символом этнокультурной идентичности иракского народа [9].

Трудно переоценить значение родоначальников нового изобразительного искусства как для этапа становления национального самосознания граждан Ирака в процессе борьбы за независимость, так и для современного (первые два десятилетия XXI века) периода новых политических потрясений и необходимости укрепления этнокультурного единства для сохранения государственной независимости и территориальной целостности. Для современного этнонационального самосознания иракцев личность скульптора Джавада Салима играет особую роль. Также следует подчеркнуть, что новое арабское изобразительное искусство стало отражением национального самосознания иракцев, что проявилось как в произведениях военно-политической тематики, так и в создании галереи образов мирного народа. В свою очередь новое искусство повлияло и продолжает влиять на формирование этнокультурной идентичности граждан Ирака [10].

На современной мировой арене государства проводят политику создания определенного имиджа, который базируется на культурной политике сохранения своей этнонациональной уникальности и представления себя как стран, готовых к культурному диалогу, несмотря на возможные историко-политические и экономические причины. Это проявляется в различных формах культурного обмена. В 2018 году в Москве в Государственном музее Востока прошло мероприятие, организованное при содействии посольства Ирака, ставшее первым после долгого перерыва проектом в сфере музейного обмена. Выставка с символическим названием «От Вавилона до Багдада. Современная живопись Ирака 1960-2003 гг.» представила основные этапы развития современного изобразительного искусства Ирака. Это событие можно характеризовать как значимый культурно-политический шаг в

выстраивании международных отношений иракского государства с другими странами. На выставке посольством Ирака был представлен документальный фильм, который создает образ Ирака как государства, несущего в себе огромный историко-культурный потенциал. Ирак в нем называется «родиной цивилизации и надежды». В фильме рассказывается о том, что Ирак, Двуречье – земля, которая была свидетелем расцвета человеческой цивилизации. История свидетельствует о величии этой страны, корни которой уходят в глубину мировой культуры. Цель организаторов выставки – создать новый образ Ирака как страны с богатой культурной историей, устремленной к мирному будущему, в том числе, посредством искусства [11].

Финляндия – страна Северной Европы – стала отдельным государством в 1917 г., а в конце XX века уже занимала первое место в мире по уровню развития информационного общества и благосостояния. Этому способствовала «власть идентичности», по словам крупнейшего в мире исследователя обществ информационной эпохи Мануэля Кастельса [12].

Этническая история Финляндии начинается с распада Уральской языковой семьи и миграций племен, которые дошли до Балтийского моря. Племена, ассимилировавшие протонаселение Финляндии (предположительно, протосаамов), позднее сформировали финскую народность, сохранившую свой язык несмотря на то, что территория Финляндии была на протяжении шести веков провинцией крупного соседнего государства – Швеции. Исторический период Финляндии начинается с ее первого упоминания в письменных документах 1157 г. Средневековый период сохранил письменные свидетельства в виде документов, связанных с исполнением законов, налоговых записей, судебных актов и религиозных текстов. Позднее было составлено этнографическое описание средневековых этнокультурных районов Финляндии и выделены этнографические зоны. Самым крупным этнокультурным делением было деление на Западную и Восточную Финляндию. На протяжении столетий судьбу финнов определяло геополитическое положение – расположение между двумя крупными государствами – Швецией и Россией, соперничавшими между собой. Западная Финляндия входила в сферу влияния Швеции, государства с европейской религиозной культурой (католичество, затем лютеранство), Восточная часть – России и православия. Граница многократно менялась. Население Финляндии

имело сословный характер: шведоязычная элита и финноязычное большинство – крестьяне. Турку стал центром духовной жизни Финляндии. Языком образования была латынь, позднее преподавание велось на шведском. В туркуском университете в XVIII в. появились идеи об изучении финской истории и фольклора. Период Г.Г.Портана стал расцветом знаний в Финляндии и началом научного изучения финской истории и языка внутри страны. Связи с университетами Европы и зародившейся сферой науки – финноугроведением привели к появлению научных работ в области поиска языкового родства, родственных народов, территории прародины финнов и этногенеза. Развитие этнографической науки в Финляндии становится частью процесса формирования этнокультурной идентичности. Особенностью становится то, что в отличие от европейских стран, в которых изучение разных народов началось с «чужих» культур, в Финляндии этнография начинается с интереса к своему собственному народу. XIX век становится временем политической активности, борьбы за уравнивание прав финского языка со шведским и созданием организаций, таких, как кафедра финского языка и этнографических музеев. Финляндия не имела длительной самостоятельной истории и истории культуры. Интерес к своему прошлому воплотился в реализации огромного творческого проекта – поиска, собирания и объединения произведений финского фольклора, песнопений (рун) в одно литературное произведение – «Калевала» Э. Леннрота, которое становится символом финской истории и культуры, запечатлевшим многовековое мифологическое сознание и древнее мышление, источником творческих сюжетов для живописи и музыки. Мифологизация истории как способ конструирования этнокультурной идентичности четко прослеживается в данном случае. Период пробуждения и формирования национального самосознания, золотой век литературы и искусства в Финляндии пришелся на XIX век. Трудно переоценить роль, которую сыграл в этом процессе собиратель народного фольклора, автор карело-финского эпоса «Калевала» Элиас Леннрот [13]. Финский язык – язык большинства населения, язык простого народа, получил равноправие со шведским языком. Результатом подъема национального самосознания стало получение государственной независимости.

Итак, Финляндия прошла особый путь формирования государства, впоследствии достигшего процветания в экономической, социальной и образовательной сферах. Огромную роль при этом сыграло конструирование этнокультурной идентичности. Здесь Финляндия является ярким примером, когда не только политические и экономические факторы привели к получению независимости и дальнейшей самостоятельности народа, но и культурные и научные процессы сыграли большую роль.

В исследуемых странах на современном этапе получили развитие разные виды искусства. Санкт-Петербург тесно сотрудничает с Финляндией. Среди многочисленных выставочных, музыкальных и других проектов следует выделить фестивали кино. Здесь нужно подчеркнуть масштаб всего кинематографа стран Северной Европы, значимое место в котором занимает финское кино. Известные финские режиссеры нашли особый язык и стилистику, передающую уникальный этнонациональный дух и в то же время отражающие современные проблемы человека и общества, пересечения культур, миграций и поиска себя в новых чуждых по культуре странах. В ноябре 2017 г. в Санкт-Петербурге прошёл двадцать восьмой кинофестиваль «Неделя финского кино», посвящённый столетию независимости Финляндии. Фестиваль открылся показом нового фильма финского режиссёра Аки Каурисмяки «По ту сторону надежды», признанного лучшим европейским фильмом 2017 года. Сюжет фильма – история о судьбе беженцев из Сирии и Ирака, которые попадают в Финляндию. Аки Каурисмяки – самый известный финский кинорежиссёр, давно получивший мировое признание. Один из лучших его фильмов – «Человек без прошлого», получивший Гран-при Каннского кинофестиваля в 2002 г. и являющийся частью трилогии «Финляндия», является сложным философским произведением о поисках человеком своей идентичности в мире трансформировавшихся социокультурных контекстов в индустриальную эпоху [14]. Тридцатый фестиваль «Неделя финского кино» 2019 г. открыл фильм брата Аки Каурисмяки Мики Каурисмяки «Мастер Чен» (Финляндия, Китай). В фильме соединилась финская и китайская культура. Взаимодействие культур, принятие иных особенностей – общая тенденция в современном мире. Казалось бы, в эпоху развития видеокультуры, кинематографического языка и технических возможностей, искусство кино – это закономерность, но это не

так. Проанализировать репрезентацию этнокультурной идентичности на примере кинематографа в Ираке не представляется возможным, так как иракское кино имеет очень слабое развитие. Более того, на протяжении последних двадцати лет в Ираке закрыты кинотеатры. В формировании этнокультурной идентичности в Ираке участвуют другие виды искусства, получившие развитие в стране в XX веке, в частности, живопись и монументальная скульптура.

Итак, в ходе исследования было показано, что борьба за национальную независимость в отдельных государствах (на примере Ирака и Финляндии) способствовала появлению устойчивой этнокультурной идентичности, связанной с ощущением причастности к своей истории и культуре благодаря создаваемым произведениям литературы и искусства. Формирование национального самосознания в процессе борьбы за независимость в Финляндии в XIX в. и в Ираке в первой половине XX века нашло отражение в создании уникальных памятников культуры. Можно выделить центральные культурные символы двух стран: эпос Элиаса Леннрота «Калевала» – главный маркер этнокультурной идентичности финнов; «Монумент Свободы» Джавада Салима – воплощение национальной идеи иракского народа.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Садохин А.П. Этнология: учебное пособие. М., 2021. – 352 с.
2. Красовская Н. Р. Этнокультурная идентичность // Власть. 2020. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnokulturnaya-identichnost> (дата обращения: 21.11.2021).
3. Михайлова М.А. Этнокультурная идентичность в условиях культурной глобализации // Вестник БГУ. 2013. №14. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnokulturnaya-identichnost-v-usloviyah-kulturnoy-globalizatsii> (дата обращения: 21.11.2021).
4. Тоффлер Э. Шок будущего. М., 2008. – 560 с.
5. Тоффлер Э. Третья волна. М., 2010. – 784 с.
6. Эриксен Т.Х. Тирания момента: время в эпоху информации. М., 2003.
7. Аль Шаммари А.Б.С.М., Калашникова Н.М. Зарождение нового искусства в Ираке (XX век). // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2: Искусствоведение. Филологические науки. 2017. №3. С.3-9.
8. Аль Шаммари Абу Бакер Салих Махди Реализация новых проектов в формировании предметно-пространственной среды (Ирак, вторая половина XX века) //

Дизайн. Материалы. Технология. – 2018. – № 3 (51). С. 88-94: 4 ил. - Библиогр.: с. 94 (10 назв.). - ISSN 1990-8997

9. Аль Шаммари Абу Бакер Салих Махди, Колесник И.И. Памятник Джавада Салима «Монумент Революции» как символ свободы иракского народа // Неделя науки СПбПУ: материалы научной конференции с международным участием. Гуманитарный институт. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та 2018. 516 с. – С.251-253.

10. Al Shammari A.B.S.M., Kolesnik I., (2021) Cultural Cooperation Between Russia and Iraq in the Context of the Common National Identity Problem of Iraqi People. In: Bolgov R., Atnashev V., Gladkiy Y., Leete A., Tsyb A., Pogodin S. (eds) Proceedings of Topical Issues in International Political Geography. Springer Geography. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58263-0_32. Pp.357-367

11. Аль Шаммари А. Б.С.М., Колесник И.И. Роль и значение развития сотрудничества в сфере культуры и музейного обмена между Россией и Ираком на современном этапе // Мир Востока и Мир Запада: проблемы и перспективы: сборник научных статей Международной научно-практической конференции, 25 апреля 2018 г. / редкол.: С. Д. Галиуллина (отв. редактор) и др. – Уфа: Изд-во УГНТУ, 2018. – 584 с. – С.54-59.

12. Химанен П., Кастельс М., Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель. «Логос», 2002. – 224 с.

13. Карху Э.Г. Элиас Леннрот. Жизнь и творчество. Карелия, 1996. – 237 с.

14. Колесник И.И. Методика проведения семинара по дисциплине «Культурология» «Человек в социокультурных контекстах» для студентов гуманитарного профиля // Вопросы методики преподавания в ВУЗе. Том 6. №22. 2017. Издательство Политехнического университета, 2017.108 с. – С. 31-43.

**РАЗВИТИЕ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ
ЗАДАЧ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ РФ**

**DEVELOPMENT OF INCLUSIVE TOURISM IN THE CONTEXT OF
THE TASKS OF THE MODERN SOCIAL POLICY OF THE RUSSIAN
FEDERATION**

Е.Г. Поздеева,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: elepzd@mail.ru

E.G. Pozdeeva,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Д.С. Колпакова,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)

e-mail: kolpakova_ds@spbstu.ru

D.S. Kolpakova,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. Социальная политика сегодня сконцентрирована на развитии доступной среды и предоставлении широких возможностей для отдыха и мобильности всем категориям граждан без исключения. В теоретических и эмпирических исследованиях достаточно много внимания уделено проблеме инклюзии. В этом же направлении совершенствования социальной политики рассматривается инклюзивный туризм, позволяющий реализовать жизненные потребности людей с ограниченными возможностями здоровья. В статье анализируются преимущества и текущие проблемы инклюзивного туризма, приводятся зарубежные и отечественные кейсы. Подчеркивается, что задачи и инструменты дальнейшего расширения туристического предложения для особых категорий граждан требуют интеграции усилий различных заинтересованных субъектов, не только государства, хотя именно по отношению к государственным институтам сохраняется высокий уровень запроса со стороны россиян. На основе анализа

мнений туристов и выявленных трендов индустрии туризма делается вывод о перспективности инклюзивного направления туристической сферы, которая создает возможности нивелирования социального неравенства и способствует гуманизации социальных отношений.

Abstract. Social policy today is focused on the development of an accessible environment and providing ample opportunities for recreation and mobility for all categories of citizens, without exception. In theoretical and empirical studies, a lot of attention is paid to the problem of inclusion. In the same direction of improving social policy, inclusive tourism is considered, which makes it possible to realize the vital needs of people with disabilities. The article analyzes the advantages and current problems of inclusive tourism, provides foreign and domestic cases. It is emphasized that the tasks and tools for further expanding the tourist offer for special categories of citizens require the integration of the efforts of various stakeholders, not only the state, although it is in relation to state institutions that a high level of demand from Russians remains. Based on the analysis of the opinions of tourists and the identified trends in the tourism industry, it is concluded that the inclusive direction of the tourism sector is promising, which creates opportunities for leveling social inequality and contributes to the humanization of social relations.

Ключевые слова: СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА, ИНКЛЮЗИЯ, ЛЮДИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ, ИНКЛЮЗИВНЫЙ ТУРИЗМ, СОЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА, СОЦИАЛЬНОЕ НЕРАВЕНСТВО, ГОСУДАРСТВО

Keywords: SOCIAL POLICY, INCLUSION, PEOPLE WITH DISABILITIES, INCLUSIVE TOURISM, SOCIAL SUPPORT, SOCIAL INEQUALITY, STATE

Одним из современных трендов социальной политики выступает развитие инклюзивного туризма, в котором интегрируются несколько задач: повышение социальной роли государства в настоящих условиях и поиск путей ее эффективной реализации; создание условий для воплощения принципа активной жизненной позиции для представителей всех социальных групп и категорий населения; дальнейшая проработка новых путей развития туристической отрасли, приносящей на рынок предложение туристических услуг, отвечающих потребностям населения и цели создания безбарьерной среды для людей с особенностями здоровья. Надо отметить, что роль государства в раскрытии новых перспектив инклюзивного туризма еще недостаточно определена [1, С. 41], что требует как теоретических, так и прикладных исследований. Среди основных принципов политики государства,

направленной на расширение предложения туристических продуктов для инклюзивного туризма, ведущую роль играют следующие:

- создание «универсального дизайна» для туристов, позволяющего осуществлять доступ к объектам и услугам без ограничений для отдельных категорий населения;
- принцип «разумного приспособления», направленный на адаптацию среды под нужды людей с ограниченными возможностями с учетом их потребностей и финансовых возможностей [2].

В ноябре 2021г. ВЦИОМ совместно с Всероссийским обществом инвалидов было проведено исследование мнений россиян о положении инвалидов в нашей стране. По мнению большинства россиян (69%), государство недостаточно уделяет внимания проблемам инвалидов [3]. Респонденты перечислили главные жизненные трудности, с которыми постоянно сталкиваются инвалиды, и они, в основном, связаны с несовершенством городской среды: треть россиян обеспокоена тем, что инвалидам все также тяжело перемещаться по городу и им трудно даже выходить из дома, нет соответствующих приспособлений; продолжают оставаться нерешенными проблемы с лекарственной обеспеченностью (отметили 23%), а 17% россиян указали на трудности с трудоустройством. Среди тех, кто видит улучшения городской среды (49%) –это жители мегаполисов.

В качестве ориентира социальной политики и ее инструмента выступает безбарьерная среда, содержание понятия которой отражает стандарты с позиций сервиса, транспортного обеспечения, комфортности окружающей технической среды, и в которой ключевым критерием является доступ к объектам, обеспечиваемый людям с ограниченными возможностями здоровья (ЛОВЗ) и пожилым гражданам [4]. Цель создания и поддержания такой среды закреплена на международном уровне (Конвенция о правах инвалидов). В документах используется термин «доступная среда», который раскрывает смысл создания комфортной, открытой и безопасной физической среды для всех людей [5]. Инклюзивный туризм как направление туристической деятельности ориентирован на обеспечение доступности культурных объектов и объектов для проживания и проведения досуга, с имеющимся

необходимым оборудованием, сервисными технологиями, для обычных туристов и для людей с особенностями и инвалидностью.

Сущностной основой инклюзивного туризма выступает концепция социальной инклюзии, которая предполагает предоставление и расширение возможностей полноценного и активного участия во всех сферах жизни для всех граждан без исключения. Это политика достижения равных возможностей гражданам, независимо от пола, возраста, социального статуса, образования, этнической принадлежности, что в конечном итоге направлено на сглаживание социальных различий, преодоление всех форм бедности и какого-либо социального исключения [6, С. 134]. Современное прочтение идеи инклюзии может быть осуществлено на основе концепции «капитала разнообразия» [7], в которой подчеркивается необходимость включения различных социальных групп в экономические отношения, что может рассматриваться в контексте повышения конкурентоспособности и внедрения новых адаптивных технологий.

Одна из современных трактовок инклюзивного туризма, сформулированная как «туризм, доступный для всех» (варианты – «туризм без преград», «доступный туризм») [8], также стала популярной, и в свою очередь подчеркивает целевую установку социальной политики на обеспечение мобильности и создание условий для активного образа жизни всем без исключения гражданам, предоставляя программы и реальные возможности для проведения отдыха и всех направлений личностного развития.

Сегодня инклюзивный туризм занял свое значимое место в социальной сфере, стал перспективным направлением развития туристической сферы. Начало этому процессу было положено в девяностых годах в документе «Создание туристических возможностей для людей с ограниченными возможностями» (резолюция Генассамблеи ЮНВО). По своей направленности инклюзивный туризм отражает процесс развития туристической сферы, ориентированной на рост привлечения категорий граждан, имеющих проблемы и ограниченные возможности здоровья [9].

Научно-теоретические исследования инклюзивного туризма ведутся в разных направлениях. Рассматриваются нормативно-правовые аспекты [10]. Наряду с медицинскими (реабилитация), психологическими аспектами

анализируются проблемы адаптации инфраструктуры туристических объектов, социологические аспекты развития безбарьерной среды [11].

Всемирная туристическая организация в основе концепции инклюзивного туризма предлагает рассматривать его как форму туризма, предполагающую сотрудничество между различными субъектами туристической сферы, направленное на развитие таких услуг, которые позволяют людям с особыми потребностями получить доступный сервис с его мобильной, визуальной, слуховой и когнитивной составляющими [12]. В этом ключе инклюзивный туризм выступает как мультиагентная система, развитие ее форм служит идеи инновирования туристической сферы [13], так как в сотрудничестве находит отражение учет интересов всех заинтересованных сторон.

В числе основных принципов функционирования и развития инклюзивного туризма как элемента социальной сферы можно выделить следующие:

- *Обеспечение доступности и равных прав.* Люди с ОВЗ должны иметь равное с другими право свободно путешествовать, посещать музеи, пользоваться транспортом, получать желаемую информацию, при этом они не должны доплачивать за информацию о специализированных услугах и сервисах [13].

- *Создание условий для сотрудничества.* Сфера инклюзивного туризма развивается в пространстве взаимодействия трех сторон: людей с особыми потребностями, представителей туристической отрасли и государства.

- *Универсальность предоставляемых услуг.* Туристический продукт, услуга, среда в сфере туризма и отдыха должны быть, в том числе, ориентированы на особые потребности людей и быть приспособлены к удобному использованию для всех категорий граждан.

Рассматривая специфику инклюзивного туризма с позиций функционального подхода, следует выделить основные его функции:

- Социальная функция: она направлена на восстановление сил организма, познавательные практики, установление и поддержание социальных контактов, создание новых социальных отношений для туристов.

- Личностно-развивающая: туризм направлен на развитие личностного потенциала, дает возможность реализовать творческие наклонности личности.

- Психологическая: на основе смены обстановки, включения активных форм отдыха туризм оказывает позитивное воздействие на физическую форму и психологическое состояние человека.

- Компенсационная: туризм обеспечивает специальные потребности людей с ограниченными возможностями здоровья, ориентирует на отдых и переключает мышление.

- Собственно оздоровительная: инклюзивный туризм в конечном счете направлен на поддержания здоровья потребителей туристических услуг.

Одной из главных проблем, в решении которой сфера инклюзивного туризма особо заинтересована и на что сконцентрирована с точки зрения технологий, это помощь лицам с ОВЗ в преодолении имеющихся барьеров в общении. Как известно, внутренние барьеры вытекают из имеющихся не компенсированных физических, умственных и когнитивных дисфункций человека, имеющего проблемы со здоровьем. А внешние барьерам создаются неадекватным взаимодействием с окружающей средой, связаны с недостаточной приспособленности условий окружающей среды, архитектуры, транспорта, а также установленных правил и норм пользования объектами, которые направлены на реализацию принципа исключительности. Таким образом, инклюзивный туризм вносит свой вклад в поиск новых путей и методов преодоления коммуникационных барьеров, препятствующих отдельным категориям граждан вести активный и полноценный образ жизни.

Аналитика охвата людей, которые нуждаются в инклюзивном туризме в нашей стране, по данным Минтруда позволяет выявить в России в 2021 году более 11 млн. инвалидов старше 18 лет, при этом численность детей-инвалидов за последние годы увеличилась [14]. Одним из тревожных фактов является «омоложение» инвалидности, т.е. снижение возраста наступления инвалидности, в 2019 г. в России насчитывалось 38% людей с инвалидностью (это без учета детей-инвалидов). Поскольку это заметная доля достаточно активных граждан, то развитие инфраструктуры туризма и отдыха должно обеспечить им достойную включенность в социальную жизнь и возможности саморазвития. Есть прогнозные данные, которые показывают, что в

обозримом будущем в мировом масштабе рост спроса на инклюзивный туризм может достичь 20% от всей численности туристов. Заинтересованными лицами в инклюзивном туризме уже сегодня выступают не только сами лица с инвалидностью и ОВЗ, пожилые граждане, но также их семья, родственники, сотрудники социальных служб [15].

Развитие инклюзивного туризма сопряжено и с демографической ситуацией в России. В 2021 году число пенсионеров достигло более 45 миллионов граждан, что составляет почти треть населения страны. Наблюдается в течение заметного периода рост числа пожилых людей, которые являются потенциальными и в силу своего здоровья реальными потребителями услуг инклюзивного туристического сектора. Предположительно, к 2030 году в мире количество людей, возраст которых превысит 65 лет, достигнет 1 миллиарда, то есть каждый восьмой житель планеты будет попадать в эту категорию, и скорее всего некоторые пожилые люди будут нуждаться в инклюзивном туризме [16]. Эти данные показывают, что целевая аудитория инклюзивного туризма будет расти в обозримой перспективе. Известно, что 11% всех туристических потоков приходится на инклюзивные разновидности отдыха [17].

Развитие инклюзивного туризма показательно и при изучении зарубежного опыта [18], который в разных странах демонстрирует свою успешность. По данным Всемирной туристической организации (UNWTO), Франция, заняла первое место по объему доходов от туризма в 2019 годах, она приняла 90,2 млн. туристов. Предположительно, более 5 млн. жителей населения Франции составляют люди с особыми потребностями. Из них более половины – это активные туристы, которые путешествуют [19].

Интересным примером служит Австралия, где осуществляется множество проектов, ориентированных на развитие инклюзивного туризма. Здесь общие расходы путешественников с проблемами со здоровьем составляют 8 миллиардов долларов в год – 11% всех расходов на туризм [20]. Для удобства туристов в этой стране существует онлайн-путеводитель AccessWA, который показывает доступные места для людей с ограниченной мобильностью, недостаточным слухом или зрением, для пожилых туристов и семей с маленькими детьми [21].

Аналитиками было отмечено, что европейские туристы с особыми потребностями тратят на отдых больше финансов, чем «средние» путешественники, и предпочитают отдыхать в «низкий» сезон, когда спрос на туризм снижается. Для туристов действует «Европейская сеть доступного туризма», на сайте которой размещена информация о проектах и кейсах на тему путешествий без барьеров [22].

Инклюзивный туризм в России сегодня развивается, однако очень неравно, и анализ путей и проблем его развития также не отвечает требованиям комплексности. Однако потребность в путешествиях и инклюзивном отдыхе людей с ОВЗ возрастает. В российской практике более емким является термин «социальный туризм», который трактуется как форма социальной поддержки и предполагает создание возможностей незащищенным слоям населения участвовать в поездках, которые полностью или частично финансируются государством или негосударственными организациями [23, С. 54]. Показательной характеристикой отечественного опыта является санаторно-курортная деятельность, сегодня приблизительно 4000 санаторно-курортных организаций предлагают услуги и реабилитацию инвалидам. Правда, многие из них пока не готовы к предоставлению всего широкого спектра услуг.

Социальный туризм в нашей стране берет отсчет от 50-х гг. XX века, когда появились первые специальные санатории для людей с ограниченными возможностями. Они предлагали прогулки выходного дня и оздоровительный отдых. В 1947 году открылся первый санаторий на курорте Сергиевские Минеральные Воды. За последние 10-15 лет в российской индустрии гостеприимства произошли изменения. Одним из показательных примеров доступного города стал город Сочи, в котором для проведения Олимпиады были проведены существенные трансформационные структурные работы, реализованы проекты по доступной среде для проживания людей с ОВЗ, было создано пространство пляжного отдыха для инвалидов-колясочников [24].

Анализ сайтов российских туристических агентств показывает, что из их большого количества, только некоторые предоставляют услуги для людей с ограниченными возможностями здоровья (рис. 1):

«Инватрэвел»	<ul style="list-style-type: none"> • проект, в котором собрана информация о путешествиях для лиц с ограниченными физическими возможностями
Социальный гериатрический центр «Опека»	<ul style="list-style-type: none"> • организация и проведение обзорных экскурсий для инвалидов по Санкт-Петербургу, Ленинградской области и странам Балтии
«Инватур»	<ul style="list-style-type: none"> • организация экскурсий по Москве, Подмосковию, групповые туры в Санкт-Петербург, по Золотому кольцу, в Турцию, в Грецию и в США
«Либерти»	<ul style="list-style-type: none"> • исследование доступности городских объектов и формирование специализированных экскурсионных туров для людей с ограниченными возможностями

Рисунок 1. Туристические фирмы, оказывающие услуги лицам с ограниченными возможностями.

Для выявления потребностей и отношения гостей к развитию безбарьерной среды и инклюзивного туризма был проведен пилотажный опрос среди туристов в гостинице ООО «Виктория – Охтинская» (метод анкетирования). Было опрошено 10 человек: это были туристы, проявившие интерес к обозначенной проблеме и выразившие желание высказать свое мнение.

Туристы однозначно считают, что создание условий свободной для передвижения среды и предложение услуг сопровождающих лиц являются доминантными критериями выбора отеля для лиц ОВЗ.

Таким образом, учитывая мнение туристов и задачи, стоящие перед государством и заинтересованными лицами, нельзя не выявить ряд проблем, сдерживающих развитие этой туристической сферы. Среди них несовершенство нормативно-правовой базы, документов, регулирующих создание доступной среды и саму сервисную деятельность; трудности трансформации городской инфраструктуры, во многом отражающей этапы городской политики и еще не перешедшей к комплексному охвату всех районов для увеличения объектов доступности. Также отмечается нехватка

квалифицированного обслуживающего персонала и необходимых обучающих гибких программ. И продолжает оставаться серьезным барьером стереотипность отношения к людям с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам.

Согласно данным опроса, среди наиболее важных критериев для выбора гостиницы туристы выделили следующие (см. Рисунок 1):

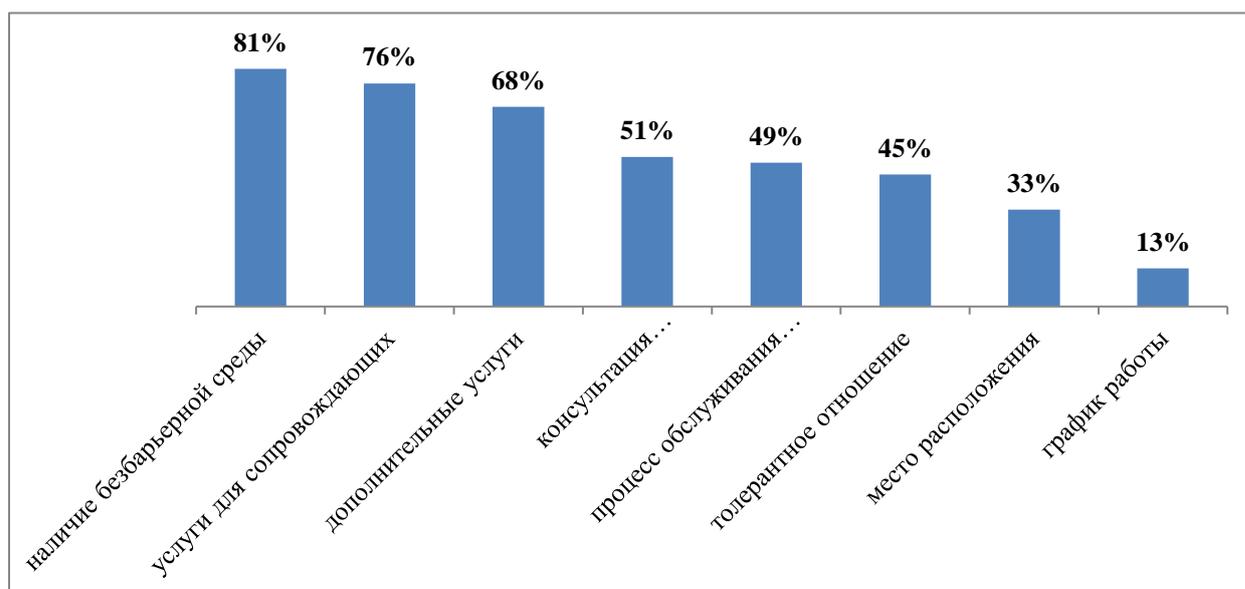


Рисунок 1. Критерии выбора гостиницы туристами

Перспективность инклюзивного туризма видится как с экономической стороны – рост продаж в туристической отрасли, расширение дополнительных услуг, заполняемость в низкие и высокие сезоны, так и с социально-коммуникативной – развитие лояльности потребителей, интерес к путешествиям, развитие личности и удовлетворенности отдыхом, повышение престижности туристических маршрутов.

Одним из важных направлений является инклюзивная реклама и более эффективное использование диджитал-инструментов. Инклюзивная реклама используется не только в рамках туризма, но в сфере моды, что способствует развитию толерантного отношения к людям с ОВЗ через распространение плакатов и видеороликов с их участием. Так, например, туроператор ANEX Tour уже более 2 лет предоставляет своим туристам «Отдых без границ». Правильное построение PR-кампании в сфере инклюзивного туризма позволит решить целый ряд задач, среди которых [25, С. 21-26]:

- изменение стереотипного мышления о людях с ОВЗ;

- создание нового образа современного человека с ОВЗ;
- мотивация граждан к активному образу жизни и проявлению своих творческих способностей;
- привлечение внимания органов государственной власти и общественных организаций к проблеме доступности среды.

В настоящий момент в России успешно реализуются несколько рекламных компаний по развитию инклюзивного туризма, среди них [26, С.126-132]:

- екатеринбургский социальный эксперимент «Белая трость»;
- победитель президентского гранта – социальный проект инклюзивного туризма «Интегра тур»;
- программа реабилитации и социализации инвалидов «Адаптивные лыжи», реализуемая Всероссийской ассоциацией горнолыжных инструкторов;
- лауреаты Всероссийского фестиваля Интернет-проектов «Мир равных возможностей» семейная пара Ренат и Надежда Анпилоговы, которые создали сайт globe4all.net, позволяющий людям с ОВЗ путешествовать без барьеров;

В рамках реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», реализующегося в 2021 году был создан Акселератор Инклюзивного туризма, основной задачей которого является разработка инновационных программ инклюзивного туризма, а также обучение PR в данной сфере [27, С.149]. Следует отметить и важную разработку проекта «цифровой доступности», который позволит создавать мобильные приложения и специализированные сайты для людей с ограниченными возможностями здоровья, делая рекламу инклюзивного туризма более доступной и удобной.

Таким образом, людям с ограниченными возможностями здоровья уделяется всё больше внимания, что подчеркивалось на круглом столе «Цифровая экономика в туризме как ключевой фактор развития отрасли» в рамках Петербургского международного экономического форума, прошедшего в июне 2021 года. В рамках работы форума было принято решение о создании благотворительного проекта - карты инклюзивного туризма, в которой будут отмечены регионы, обладающие доступной средой для туристов с ограниченными возможностями здоровья. На данный момент

проект инклюзивного туризма начал свою работу в Якутии, Воронежской и Калининградской областях [28].

Сегодня в сфере инклюзивного туризма в нашей стране мы наблюдаем скорее фрагментированную среду открытости для людей с ограниченными возможностями. Инклюзивный туризм может внести свой вклад в минимизацию неравенства в доступе к отдыху и путешествиям. Использование опыта зарубежных стран и накопленных достижений за последние годы в отечественных проектах [29, 30] позволяет разрабатывать новые технологии развития доступной среды, опираясь на идею о том, что путешественник нуждается не только в увлекательных развивающих маршрутах, но и в отдыхе, в комфорте, что должно быть обеспечено сервисом и средой, всеми важными для жизни и отдыха объектами и условиями. Важнейшим элементом совершенствования туристического предложения в инклюзивном сегменте является информационная составляющая, нацеленная на аудио и видео-дублирование, представленность на различных носителях и форматах в зависимости от ограничений возможностей людей.

Сформированный запрос граждан по отношению к социальной политике государства характеризуется сегодня высокими показателями, что обусловлено усложнением жизненной ситуации, текущими проблемами и имеющимися ограничениями в самостоятельном решении этих трудностей. К числу важных проблем относятся: ограниченный доступ к социальной инфраструктуре, нечетко работающие институциональные обеспечивающие ресурсы, реальная нехватка собственных финансовых средств. В этой ситуации сформированные ожидания россиян, по отношению к социальной поддержке, особенно незащищенных категорий населения, обращены к государству: так в 2020 г. позиция россиян относительно того, что государство должно защищать малоимущих, была характерна 42% респондентов, а 36% россиян заявляли, что государство обязано оказывать адресную помощь социальным группам, попавшим в трудное положение [31, С.57]. Социальная политика РФ, поддерживая инклюзивное направление туризма, способствует притоку туристов и повышению имиджа страны как открытой для посещения и знакомства с ее богатой культурой. Создание безбарьерной среды, являющейся основой инклюзивного туризма, является задачей, которая

требует совместных усилий и ответственности со стороны государства, общества и бизнеса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Логунова Н.А., Доценко Ж.Л. Роль государства в развитии инклюзивного туризма. //Сервис в России и за рубежом. 2016. №2 (63). С. 40-53. DOI: 10.12737/19720
2. Recommendation son Accessible Tourism World Tourism Organization (UNWTO) URL: <http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/accessibilityenok.pdf> (дата обращения 23.10.2021).
3. Инвалиды и общество: положение, отношение, проблемы. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/invalidy-i-obshchestvo-polozhenie-otnoshenie-problemy> (дата обращения 3.11.2021).
4. Федеральный закон от 24.11.1995 N 181-ФЗ (ред. от 11.06.2021) "О социальной защите инвалидов в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.09.2021). URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=400902> (дата обращения 29.10.2021).
5. ГОСТ Р 55699-2013 Доступные средства размещения для туристов с ограниченными физическими возможностями. Общие требования. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200107032> (дата обращения 29.10.2021).
6. Ярская В.Н., Ярская-Смирнова Е.Р. Инклюзивная культура социальных сервисов // Социологические исследования. 2015. № 12. С.133-140.
7. Мейлахс П.А. Капитал разнообразия: не роскошь, а необходимость // Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. Т. X. № 4. С. 206–211.
8. Спиридонов Е.А., Украинцева И.И. Проблемы в развитии безбарьерного туризма в России. //Экономика и социум. 2020. №12(79). С. 152-154.
9. Анিকেева О.А., Анисимова Ю.А. Россия без барьеров: туризм, доступный для всех // Сервис в России и за рубежом. 2017. №6. С. 131-136.
10. Иванов В.Д., Талызов С.Н., Рафикова В.Д. Инклюзивный туризм: проблемы и перспективы его развития // Colloquium-journal. 2018. № 6-4 (17). С. 16-19.
11. Межова Л.А., Летин А.Л., Луговская Л.А. Теория и практика организации инклюзивного туризма в России и за рубежом // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1-1. С. 849-859.
12. Скобкин С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма. М., 2016. С. 221-227.
13. Шипунова О.Д., Поздеева Е.Г., Евсеева Л.И. Мультиагентный подход в анализе образовательной среды // Социология. 2020. № 6. С. 50-59.
14. Глухова М.Ф. Социальная адаптация людей с инвалидностью в пространстве города. //Вестник Университета Правительства Москвы. 2021. №2(52). С. 9-14.

15. Статистика инвалидов в России 2021. Тонкости права. URL: <http://novyeankdoty.ru/bankovskoe-pravo/3872-statistika-invalidov-v-rossii-2021.html#kolicestvo-invalidov-v-rossii-i-razmer-edv> (дата обращения 25.10.2021).
16. Петрова А.С. О возможностях развития инклюзивного туризма в России: региональный опыт // BENEFICIUM. 2020. № 3(36). С. 28-34. DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2020.3(36).28-34.
17. Сколько пенсионеров в России по официальной статистике. URL: <http://pensiya.molodaja-semja.ru/faqs/skolko-pensionerov-v-rossii/> (дата обращения 25.10.2021).
18. Шестопалов Ю.П. Безбарьерная среда для маломобильных граждан как объект социального проектирования // Интернет-журнал Науковедение. 2017. №1 (6). С. 79-82.
19. Белоусова Н.В. Зарубежный опыт популяризации инклюзивного реабилитационно-социального туризма // Туризм и гостеприимство. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-populyarizatsii-inklyuzivnogo-reabilitatsionno-sotsialnogo-turizma> (дата обращения: 01.11.2021).
20. TOURISM STATISTICS DATA. URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics-data> (дата обращения 24.2021).
21. Машкова А. Завтра твоей страны. URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5938176fd7d0a62756e9d512/ekspert-liudi-izza-rubeja-boiatsia-k-nam-priehat-daje-bolshe-chem-mestnyi-turist-59eed8538651656150d7ea56> (дата обращения 210.20214).
22. Яковлева К.Г. Формирование доступности туристской среды для лиц с ограниченными возможностями // Известия СПбГЭУ. 2016. №2. С. 97-101.
23. Назарбаева Е.А. Социальный туризм в России: потенциальные туристы и доступные возможности. The Journal of Social Policy Studies, 2020, 18(1), 53-68. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2020-18-1-53-68>
24. Туризм без барьеров и границ. URL: <http://www.aviation.com.ua/news/46473/remote/> (дата обращения 29.10.2021)
25. Гарифуллина Н.Г., Гарифуллина М.С. Особенности маркетинговых технологий продвижения туров для лиц с ограниченными возможностями здоровья // Актуальные проблемы наук о земле. Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет. 2021. С. 21-28.
26. Савельева О.В. Инклюзивный туризм: туристическое направление для людей с ограниченными возможностями и способы их реализации // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2021. №2. С. 126-132.
27. Перепечаева Е.А. Цифровая платформа инклюзивного туризма как инструмент развития доступной среды региона // Международный студенческий научный вестник. 2021. №2. С. 149.

28. Круглый стол «Цифровая экономика в туризме как ключевой фактор развития отрасли» // Петербургский международный экономический форум URL: <https://2021.forumspb.com/> (дата обращения: 05.11.2021).

29. Погодина В.Л., Матвеевская А.С., Филиппова И.Г. Туристско-рекреационное проектирование. Москва-Берлин. Изд-во: ООО «Директ-Медиа». 2021. – 641 с.

30. Погодина В.Л., Тараканова Т.С., Евсеев В.В. Актуальные аспекты организации рекреационного туризма в регионах России. Технологии PR и рекламы в современном обществе. Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции. Под. Ред. И.Р. Тростинской. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 84-89.

31. Лежнина Ю.П. Представления россиян о необходимой социальной политике: между серединой 2000-х и коронакризисом 2020 года // Социологические исследования. 2021. № 4. С. 50-60. DOI: 10.31857/S013216250014715-9.

**ФАНАТСКОЕ ОКОЛОФУТБОЛЬНОЕ ДВИЖЕНИЕ, КАК
СОВРЕМЕННОЕ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ**

**FOOTBALL FAN MOVEMENT AS A MODERN SOCIO-
POLITICAL PHENOMENON**

Д.Г. Чулаби,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: dashajjchoulabi@gmail.com

D.G. Chulabi,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Т.С. Тараканова,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
– (Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: tarakanova_ts@spbstu.ru

T.S. Tarakanova,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

В.В. Евсеев,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
(Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: evseev_vv@spbstu.ru

V.V. Evseev,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(Saint Petersburg, Russia)

Аннотация. В данной статье представлены результаты анализа теоретических материалов и электронных ресурсов, освещающие проблему распространения идей радикального футбольного фанатизма. Системный подход к изучению данной темы наглядно продемонстрировал, что фанатское околофутбольное движение в течение короткого времени, благодаря получению регулярной финансовой и политической

поддержки, смогло выйти далеко за рамки молодежного субкультурного движения, который был популяризирован среди российского общества, начиная с последней трети XX века. Для лучшего понимания особенностей данного ультраправого движения авторы анализируют футбольных фанатов с разных позиций: когда пропагандируемые ими идеи и принципы воспринимаются обществом, как отклонение от нормы, с которым нужно бороться, и когда противоправное поведение наиболее активной части данного движения находит логичное объяснение в абсолютном экономическом упадке и кризисе общества 1990-х годов в России. Также для получения более цельной картины происходящего авторами описываются история возникновения, структура и особенности околофутбольного движения не только в России, но и за рубежом. На основании проделанной работы делаются выводы, что околофутбольное движение уже является неотъемлемой частью российского общества и единственно верным путем решения возникающих проблем является адаптация и сотрудничество.

Abstract. This article presents the results of analyzing the theoretical materials and electronic resources that cover the problem of spreading the ideas of radical football fanaticism. A systematic approach to the study of this topic has clearly demonstrated that the football fan movement in a short time, thanks to regular financial and political support, was able to go far beyond the youth subcultural movement, which was popularized among Russian society since the last third of the XX century. For a better understanding of the features of this ultra-right movement, authors analyze football fans from different positions: when the ideas and principles they propagandize are perceived by society as a deviation from the norm that needs to be forbidden, and when the illegal behavior of the most active part of this movement finds a logical explanation in the absolute economic decline and crisis of society in the 1990s in Russia. Also, in order to get a more complete picture of what is happening, the authors describe the history of the emergence, structure and features of the football fan movement not only in Russia, but also abroad. Based on the done work, it is concluded that football fans are already an integral part of Russian society and the only correct way to solve emerging problems is adaptation and cooperation.

Ключевые слова: ОКОЛОФУТБОЛЬНОЕ ДВИЖЕНИЕ, ФАНАТЫ, РАДИКАЛИЗМ, СУБКУЛЬТУРА, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УПАДОК, КРИЗИС, ПРОПАГАНДА, РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО

Keywords: FOOTBALL FAN MOVEMENT, FANS, RADICALISM, SUBCULTURE, ECONOMIC DECLINE, CRISIS, PROPAGANDA, RUSSIAN SOCIETY.

В каждом источнике дается свое определение термину «околофутбольное движение», но если говорить коротко, то «околофутболом» можно назвать все события насильственного и ненасильственного характера,

которые совершаются до или следуют после футбольного матча на трибунах или вне стадиона. Также как сама, известная игра, так и субкультура – «околофутбольное движение» появились в Великобритании. Уже с XIX века рабочая молодежь с окраин Лондона начинает учинять беспорядки вовремя и после проведения футбольных матчей.

Различные социальные проблемы, а также гнетущая бедность отразились на поведении молодежи во время поддержки команды на гостевых поединках. Все чаще стали происходить драки и другие проблемы с полицией, нередко болельщики сходились «стенка на стенку» после окончания игры. Начало зарождения футбольного хулиганства началось с конца 1950-х гг. в Великобритании и уже к началу 1960-х гг. более двух третей болельщиков на стадионе являлись условными вандалами, «фанатами футбольного насилия». Чуть ли не каждый матч самых сильных и популярных клубов заканчивался потасовкой между посетителями данного спортивного мероприятия и желание «выявить сильнейшего» в течение 90 минут в итоге было сильнее, чем интерес к происходившему на поле [1].

И в итоге, нарастающее напряжение привело к так называемой «Эйзельской трагедии». В 1985 г. в Бельгии состоялся финальный матч европейского кубка «Ювентус» – «Ливерпуль». Неорганизованная продажа билетов болельщикам команд привела к ситуации, когда фанаты разных клубов оказались в соседних секторах стадиона «Эйзель». Малочисленные болельщики «Ювентуса» навалились на перегородку между секторами. Обрушившись, стена погубила 39 человек – преимущественно итальянцы. УЕФА отстранила на 5 лет все английские клубы от участия в еврокубках, а «Ливерпуль» был отстранен на год сверх этого срока и многие «хулиганы», которые в тот момент находились на стадионе, получили сроки лишения свободы [2]. Эта трагедия широко освещалась в СМИ с резко негативными комментариями журналистов, но все ли является довольно-таки однозначным? Как спортивные чиновники могли полностью игнорировать халатность в организации мероприятия такого уровня и перекладывать всю ответственность на молодых людей, которые просто пришли поболеть за свою любимую команду? Тем более задолго до трагического матча футбольным функционерам было известно, что здание стадиона находится в аварийном состоянии.

Но тем не менее, вопреки всем событиям и ожиданиям СМИ, популярность данной субкультуры пошла на спад на небольшой промежуток времени: многие хулиганские «фирмы» прекратили свое существование из-за жесточайших мер, принятых властями Англии, а другие, находясь в шоке от увиденного, сами вернулись к «нормальной жизни». Как итог, футбольные матчи, в отличие от своего изначального предназначения, превратились в мероприятие, от которого могут получить наслаждение не простые рабочие, а семейные пары с маленькими детьми [3].

Примерно в этот же период английский футбольный фанатизм оставил свои ростки по всей Европе. И если в западной части «Старого Света» в XXI в. радикально настроенных фанатов почти не осталось, то на Востоке дела обстояли совсем иначе.

Стоит учитывать тот факт, что Восточная Европа – не самая богатая и благополучная часть мира. Тут и Балканские страны, вечно страдающие от затяжных исторических и этнических конфликтов, и Албания вместе с Сербией, через территорию которых проходит самый главный и основной наркотрафик в Европе, и, конечно же, Россия, которая стала жертвой бездарного управления политиков в период перестройки. Страны Восточной Европы менее развиты по сравнению с Западноевропейскими государствами в финансировании специального оборудования, предназначенного для обеспечения безопасности болельщиков на футбольных матчах. В частности, в Столице Великобритании – Лондоне, во время проведения футбольных турниров, на стадионе и близлежащих улицах задействованы скрытые камеры [1]. В отличие от Европы наш футбол финансируется за счет бюджетных средств, но, к сожалению, по разным причинам, в том числе и коррупционным, правительство Скопье или Ростова просто не может выделить дополнительные деньги на улучшение системы безопасности.

Отчет о возникновении отечественного фанатского движения ведется с 1987 года, когда во время Чемпионата СССР в центре Киева произошла первая массовая драка между фанатами московского «Спартака» и киевским «Динамо». К новому течению КГБ отнесся крайне негативно и охарактеризовал как «антисоветские» [4]. Фан-движение этого периода не имело массовый характер по причине серьёзного сопротивления со стороны власти, а также возникало общественное осуждение из-за отклонения

поведения болельщиков от культурных ценностей, принятых в СССР. Количество футбольных фанатов достигало максимум сотни человек, находящихся в крупных городах – в Москве, Ленинграде и Киеве.

Позже, с воцарением эпохи перестройки и распадом СССР более свободное фанатское движение начало создавать на пространстве страны группировки. По аналогии английского фанатства на стадионах зазвучали песни, речёвки. Там же возникли хулиганские выходки «околофутбольных» группировок. Возможно, именно в этом и заключается взаимственность, а также одновременный конфликт двух абсолютно разных направлений фанатского движения.

Кроме того, бурному развитию околофутбола способствовала информационная открытость постсоветской России и, нахлынувшая волна, свободомыслия и право выбора. По мере демократизации общества после двукратного избрания Б.Н. Ельцина президентом страны появилось все больше информации об этом новом социально-политическом явлении в других странах и расширились контакты с иностранными фанатами для дальнейшего проведения совместных акций на стадионах и городских площадях [5].

Современная Россия не осталась в стороне от социальной проблемы футбольного фанатизма. Разумные люди считают фанатов беспорядочным скоплением злых, агрессивных, плохо неконтролируемых людей, способных нести угрозу соперникам и непричастным окружающим. [5]. Истоки этого мнения возникают в результате спланированных акций конкретных группировок, приукрашенных в отдельных СМИ, а, также, скорее всего, из-за плохой осведомленности людей про данное явление.

Большая часть спортивных журналистов и обозревателей забывает о том, что среда футбольных фанатов, как и любого другого социального явления довольно-таки неоднородная и, вопреки ожиданиям, может быть разрозненной. Даже здесь всегда существовало четко установленное иерархическое деление, которая понятна далеко не всем.

Но, конечно, нельзя относить к футбольным фанатам исключительно хулиганские группировки. К классификации болельщиков можно отнести людей, которые спокойно смотрят матчи дома на диване, а также людей,

которые поддерживают любимую команду на матчах на стадионах [6]. Классифицируем типы основных болельщиков.

«Кузьмичи». Они не ограничиваются диванным просмотром матчей, а поддерживают команду на стадионе. К ним можно отнести мужчин средних лет, посещающих центральные трибуны, а не фанатские сектора. Приходя на матч, они встречаются со своими друзьями-кузьмичами, обсуждают игры и если кричат, то только «Судью на мыло!». Они обзавелись «пивным животиком», держат в руках газету или пакет с семечками. Часто на посещение матчей они приводят всю семью.

«Ультрас» – так можно охарактеризовать фаната, который поддерживает любимую команду только на трибуне стадиона, и не участвует в драках. Это активное футбольное сообщество, которое тщательно готовится к конкретным матчам, рисует баннер, придумывает и разучивает речевки, изготавливает флаги и плакаты. От них можно ожидать красочных представлений на трибунах.

Отличие ультрас от радикально настроенных фанатов огромное: первые не замечены в драках, агрессивных жестах, в нанесении кому-либо увечий. Максимум, на что они способны: незаконно использовать пиротехнику на трибунах стадиона, сломать в восторге или же отчаянии стулья.

«Хулиганы» или «хуллз» (от англ. Hools). Вот это те самые хулиганы, которые дерутся «стенка на стенку», что мы видим в видеороликах интернета. Ими в первую очередь интересуется полиция стран развитого фанатского движения. «Хуллз» защищают любимый футбольный клуб с помощью физической силы [7].

Конкретное фан-движение содержит в себе организованные группировки, а также простых фанатов, не состоящих в объединениях болельщиков. Надо отметить, что организованные группы постоянно изменяются числом и количеством участников и именно они чаще всего участвуют в политических акциях и становятся катализаторами межэтнических конфликтов. Именно ими изначально поддерживалась идея о сохранении истинно русской культуры и самобытности, что вскоре вылилось в доминирование принципов истинного русского национализма, от прототипа которого в Англии отказались еще в 1970-1980 гг. [8].

Сейчас российское футбольное фанатство вопреки всем ожиданиям активно развивается и дает о себе знать и в настоящее время. Повышенный уровень готовности сотрудников правоохранительных органов во время Кубка Мира в 2018 году пресёк практически любые возможности массовых беспорядков с участием праворадикально-настроенных фанатов, однако драка английских и российских хулиганов во время ЕВРО-2016 дает нам прямо противоположное впечатление и, мы понимаем, насколько разным может быть ситуация и итог столкновения зависит от конкретных обстоятельств и условий.

Не стоит также забывать и о значительной роли средств массовой информации во время освещения подобных масштабных конфликтов, в которые могут быть втянуты футбольные фанаты. Меры, которые предпринимают правоохранительные органы, во многом объясняются реакцией общественности и то, каким образом газеты или новостные порталы подают и интерпретируют события. Наиболее ярким примером разных взглядов на итоги одного и того же события является убийство Спартаковского болельщика Егора Свиридова в 2010 году, которое вылилось в массовые беспорядки на Манежной площади в Москве и еще 12 российских городах.

По подозрению в убийстве Егора Свиридова в результате драки был задержан ранее неоднократно судимый уроженец Кабардино-Балкарии Аслан Черкесов, стрелявший в погибшего и его друзей из незаконно приобретенного травматического оружия. Позже в отделение были доставлены и его сообщники, которые спустя несколько часов были освобождены. Действия правоохранительных органов во время следственных мероприятий были расценены футбольными болельщиками и хулиганами, как покровительство подозреваемых, что и спровоцировало в дальнейшем драки с полицией и массовые протесты (Кронштадский бульвар – около 10000 человек, Манежная площадь – не менее 6000 человек). Позже с легкой подачи СМИ фанатское объединение «Фратрия» было вынуждено объявить о своей непричастности к открытым столкновениям на Манежке.

Был объявлен сбор средств для семьи Егора Свиридова, его могилу 21 декабря лично посетили Виталий Мутко и Владимир Путин, что очевидно придало данным событиям все более выраженный политический характер.

Дело было взято под личный контроль Главы СК Александра Бастыркина. В результате Аслану Черкесову Мосгорсуд вынес приговор о 20 лет заключения в колонии строго режима, а остальным участникам – по 5 лет общего режима.

Все вышеописанные события не столько являлись следствием громкого убийства авторитетного фаната, сколько причиной отчаянности и радикализованности россиян. С момента завершения двух чеченских войн и многочисленных терактов по всей стране прошло не так много времени, именно поэтому у большей части населения присутствовало резкое отторжение и неприязненное отношение к своим Кавказским соотечественникам [9]. Наиболее четко по данному вопросу выразился лидер партии «Новая сила» и почетный профессор МГИМО Валерий Соловей: «Долгое время всем народам, кроме русского, в России разрешалось проявлять национализм. Теперь русская молодёжь показала, что национализм становится массовым. Власть сама спровоцировала столкновения на Манежной площади. Она не выполнила свою главную функцию – защиту граждан страны от насилия. Её бездействие вывело людей из себя и заставило выйти на улицы».

Подводя итоги работы и анализируя все вышесказанное можно сделать некие хотя бы промежуточные выводы: в РФ движение фанатов приобрело вид культурной мистерии. Появившаяся в Англии субкультура, скопированная и адаптированная к российской реальности [10], весьма успешно прижилась и развивается.

Данная субкультура не смотря на свою оппозиционность по отношению к массовой культуре общества, обладает значительным потенциалом, и уже сегодня является значимым социальным явлением, оказывающим существенное влияние на общественную жизнь.

Футбольные фанаты не обделены вниманием и политиками, включающими в политическую повестку дня и свои программы девизы и обращения, похожие по духу к ультраправым идеям, хотя бы потому, что фанатское сообщество тоже является частью потенциального электората [6]. Но мы можем немного больше продвинуться с географической точки зрения и обратиться к примеру Италии, где влияние футбольных фанатов на органы власти очень велико. Возможно, на данный факт повлиял и исторический опыт страны, где до сих пор популярны неонацистские и фашистские взгляды, которые пытаются искоренить чиновники. Стоит хотя бы упомянуть о том, что

фанаты римского «Лацио» некоторое время назад пришли в полнейший восторг после того, как выяснилось, что с сезона 2021/2022 за основную команду клуба будет играть правнук печально известного фашистского лидера Бенито Муссолини. Пока чиновники находятся в растерянности, местные ультрас выкрикивают радостные лозунги и устраивают акции с римским салютом, за что клуб регулярно штрафуют.

Каким путем и с каким объемом последствий придется бороться еще не совсем ясно, и маловероятно повторение нами итальянского пути, но очевидно, что футбольные фанаты будут оказывать еще большее влияние на жизнь общества. И в том случае, если наш государственный аппарат будет игнорировать футбольных фанатов или разговаривать с ними с позиции силы, то событий 2014 года в Украине, где во время Майдана бесчинствовали ультрас и хулиганы украинских команд, нам избежать не удастся. А реальность соседней страны кажется нам гораздо ближе, чем пример Италии.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Дуги Бримсон. Фанаты: Триумфальное движение футбольных хулиганов по Европе / Дуги Бримсон; [пер. с англ. С. Варламова]. – М.: СПб.: «Т8 Издательские Технологии» / «Пальмира», 2020. – С. 254-283. – (Серия «Марш хулиганов»).
2. Зорина Н.М., Киреевкова З.А., Реснянский С.И., Кортуннов В.В., Краснова О.Н. Духовная деградация современного спорта // Сервис Plus. 2019. Т. 13. № 4. С. 139-144.
3. Дуги Бримсон. Фанаты (Eurotreshed. the Rise and Rise of Europes Football Hooligans). – Санкт-Петербург: Амфора, 2019.
4. Edelman R. Serious Fan: A History of Spectator Sports in the USSR. Oxford, 1993. P 53-54.
5. Дихорь В.А. Основы психологии футбольных болельщиков: учеб. Пособие / В.А. Дихорь, А.М. Буркова, А.В. Гизулина; [науч. ред. Н.Б. Серова]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 76 с.
6. Конева В. «Субкультура фанатов: фабрика футбола» [электронный ресурс]: Портал субкультура. – URL: <https://sub-cult.ru/chtivo/sub-cult/6703-subkultura-fanatov-fabrica-futbola> (дата обращения: 07.10.2021).
7. Пилипенко Д. «Преступления в спорте» М.: Гелеос, 2007.
8. Diani M. The Concept of Sozial Movement // The Soziological Review, 1992, pp 24-25.
9. Ponizovskiy V.A. 2016. Values and Attitudes towards Immigrants: Cross-cultural Differences across 25 Countries. – Психология. Журнал Высшей школы экономики. Т. 13. № 2. С. 256-272.

10. Spaaij, R. *Understanding Football Hooliganism. A Comparison of Sex Western European Football Clubs* / Ramón Spaaij – Amsterdam: Vossiuspers UvA – Amsterdam University Press, 2006.

СОДЕРЖАНИЕ

Арканникова М.С. ПРЕДИСЛОВИЕ.....	3
-----------------------------------	---

Раздел I. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАУКИ И ПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Шаулова Т.В. АДМИНИСТРАТИВНАЯ РЕФОРМА: ПРОТИВОРЕЧИЕ АДМИНИСТРАТИВНОГО И ПОЛИТИЧЕСКОГО.....	7
Люй Цзяинь АНАЛИЗ РОЛИ ПОЛИТИЧЕСКИХ МЫСЛЕЙ КОНФУЦИЯ В НОВУЮ ЭРУ.....	14
Ковалевский А.В. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ВЛАСТИ.....	22
Сафонова Анна С. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЕЖИ В ЦИФРОВОЙ.....	29
Люй Цзяинь СРАВНЕНИЕ ЭТИЧЕСКИХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ МЫСЛЕЙ КОНФУЦИЯ И ПЛАТОНА.....	35
Никандрова Е.В., А.С. Матвеевская А.С. ФЕНОМЕН ВИРТУАЛЬНЫХ ГОСУДАРСТВ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ	43
Тульчинский Г.Л. ЦИФРОВИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОР ДИНАМИКИ ПОЛИТИЧЕСКИХ РЕЖИМОВ.....	51
Евсеева Л.И., Шипунова О.Д. ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ В ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ	59

Раздел II. КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТРЕНДЫ И ПРАКТИКИ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИУМЕ

Конькова И.И., Несмелова А.К. БУДУЩЕЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ: ТЕНДЕНЦИИ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ В ОБЛАСТИ КОММУНИКАЦИИ.....	70
Пронюшкина А.А., Бахтуридзе З.З. ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ	80
Волкова Л.М., Голубев А.А., Евсеев В.В. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ КОММУНИКАЦИОННОЙ СФЕРЫ В ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ	89
Гашкова Е.М. СИМУЛЯКР, ФЕЙК, ДИПФЕЙК: ПРОГРЕСС ИЛИ РЕГРЕСС?.....	96

Танова А.Г. ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ СЕТЕВОГО НЕРАВЕНСТВА..	104
Елисеев С.М. ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ: ПЕРСПЕКТИВЫ И НОВЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ.....	111
Абабкова М.Ю., Гулевич А.П. ЭМБИЕНТ РЕКЛАМА В МАРКЕТИНГЕ ОБРАЗОВАНИЯ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ И МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ	117

Раздел III. ГЛОБАЛЬНЫЕ И ЛОКАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ МИРОВОЙ ПОЛИТИКИ И МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Андреева М.-А. О., Рахалова Д.А., Матвеевская А.С. БОЛЬШАЯ ЕВРОПА В ГЛОБАЛЬНОМ МИРЕ: ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ ЕДИНОГО ПРОСТРАНСТВА.....	128
Сатаева М.А. ВЛИЯНИЕ ТЕРРОРИСТИЧЕСКИХ АКТОВ 11 СЕНТЯБРЯ 2001 Г. НА СИСТЕМУ ЦЕННОСТЕЙ ГРАЖДАН США	135
Гущина А.О., Егорова А.И., Мохорова А.Ю. ИНСТИТУТ МИРА АЛАНДСКИХ ОСТРОВОВ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА УРЕГУЛИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ В СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ПОЛИТИКЕ.....	145
Фадина Я.С., Матвеевская А.С. ПАРЛАМЕНТСКАЯ ДИПЛОМАТИЯ В КОНТЕКСТЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ.....	153
Клюев Ю.В., Зубко Д.В. ПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ И КОЛЛЕКТИВНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	159
Анужите А.Э., Бахтуридзе З.З. ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ГЕРМАНИИ В РОССИИ: ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ.....	168

Раздел IV. МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ / СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ДИНАМИКА В ИЗМЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ

Розова Н.К., А.К. Несмелова А.К. МОТИВАЦИЯ ПОСЕЩЕНИЯ РОССИЙСКИХ ДОСУГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНОСТРАННЫМИ ТУРИСТАМИ.....	177
Галахина А.К., Нечай А.А. ОБЗОР ПРОГРАММ ГУМАНИТАРНОЙ ПОМОЩИ КНР СТРАНАМ АФРИКИ.....	188
Жилина Е.А. ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ДОСУГОВОГО ПРОСТРАНСТВА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ.....	196

Матяшова Д.О., Погодина В.Л., Матвеевская А.С. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ПУТИ ВОССТАНОВЛЕНИЯ МИРОВОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ COVID-19.....	207
Колесник И.И., Ван Ицинъ ПРОБЛЕМА КОНСТРУИРОВАНИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ГОСУДАРСТВЕ.....	215
Поздеева Е.Г., Колпакова Д.С. РАЗВИТИЕ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ ЗАДАЧ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ РФ.....	227
Чулаби Д.Г., Тараканова Т.С., Евсеев В.В. ФАНАТСКОЕ ОКОЛОФУТБОЛЬНОЕ ДВИЖЕНИЕ, КАК СОВРЕМЕННОЕ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ	242
СОДЕРЖАНИЕ.....	252

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАУКИ

Сборник научных трудов

Выпуск 16

Налоговая льгота – Общероссийский классификатор продукции
ОК 005-93, т. 2; 95 3004 – научная и производственная литература

Подписано в печать 13.12.2021. Формат 60×84/16. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 16,0. Тираж 70. Заказ 5966.

Отпечатано с готового оригинал-макета,
предоставленного ответственным редактором,
в Издательско-полиграфическом центре Политехнического университета.
195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., 29.
Тел.: (812) 552-77-17; 550-40-14.