

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(КемГУ)

Институт истории и международных отношений
Кафедра философии и общественных наук
Кафедра всеобщей истории и международных отношений

**МОЛОДЕЖЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА:
МЕЖДУНАРОДНЫЙ, НАЦИОНАЛЬНЫЙ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ
АСПЕКТЫ**

*Всероссийская научно-практическая
конференция*

26-27 ноября 2020 г.

Издатель:
Кемеровский государственный университет

© Авторы опубликованных
статей, 2020
© Кемеровский государственный
университет, 2020

ISBN 978-5-8353-2696-9

Об издании – 1, 2, 3

УДК 323.2

ББК Ф3(2Рос)118я431

Под общей редакцией

Е. В. Матвеевой, А. А. Митина

М 75 Молодежь в условиях цифровизации общества: международный, национальный и региональный аспекты: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции / под общ. ред. Е. В. Матвеевой, А. А. Митина [Электронный ресурс]; Кемеровский государственный университет. – Электрон, дан. (объем 5,08 Мб). – Кемерово: КемГУ, 2020. – 362 с. – 1 электрон, опт. диск (CD-ROM). – Систем, требования: Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей), 1,2 ГГц; 512 Мб оперативной памяти; видеокарта SVGA, 1280x1024 High Color (32 bit); 5 Мб свободного дискового пространства; операц. система Windows XP и выше; Adobe Reader. – Загл. с экрана.

ISBN 978-5-8353-2696-9

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

В сборник вошли работы научных и практических работников, преподавателей, аспирантов и студентов по вопросам молодежи, молодежной политики и молодежной культуры в международном, национальном и региональном аспектах.

Мнение редколлегии и организационного комитета Всероссийской научно-практической конференции может не совпадать с мнением авторов статей, опубликованных в сборнике материалов.

ISBN 978-5-8353-2696-9

УДК 323.2

ББК Ф3(2Рос)118я431

© Авторы опубликованных статей, 2020

© Кемеровский государственный университет, 2020

Минимальные системные требования:

Компьютер: Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей), 1,2 ГГц; ОЗУ 512 Мб; 5 Мб свободного дискового пространства; видеокарта SVGA, 1280x1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM

Операционная система: Windows XP и выше

Программное обеспечение: Adobe Reader

© Авторы опубликованных статей, 2020

© Кемеровский государственный
университет, 2020

Оргкомитет конференции

Координатор конференции:

Матвеева Е. В. – доктор политических наук, профессор кафедры философии и общественных наук КемГУ, член Общественного совета при ГУ МВД России по Кемеровской области

Ответственный секретарь:

Григорьева Е. В. – старший преподаватель кафедры философии и общественных наук

Члены оргкомитета:

Васютин С. А. – доктор исторических наук, доцент кафедры всеобщей истории и международных отношений КемГУ

Гаврилов О. Ф. – кандидат философских наук, доцент кафедры философии и общественных наук КемГУ

Грицкевич Т. И. – доктор философских наук, профессор кафедры философии и общественных наук КемГУ

Жукова О. И. – доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой философии и общественных наук КемГУ

Казаков Е. Ф. – доктор культурологических наук, профессор кафедры философии и общественных наук КемГУ

Коновалов А. Б. – доктор исторических наук, профессор кафедры философии и общественных наук КемГУ

Митин А. А. – кандидат политических наук, доцент кафедры философии и общественных наук КемГУ

Селезнев Р. С. – кандидат исторических наук, доцент кафедры всеобщей истории и международных отношений КемГУ

Чирун С. Н. – доктор политических наук, доцент кафедры философии и общественных наук КемГУ

Юматов К. В. – кандидат исторических наук, доцент кафедры всеобщей истории и международных отношений, зав. кафедрой международного права КемГУ

Студенческий оргкомитет: *Алагоз А. В., Трофимова Д. А., Самарский И. Е., Носков М. А., Курпатова М. А.*

СОДЕРЖАНИЕ

МОЛОДЕЖНАЯ ИНТЕРНЕТ-КУЛЬТУРА И ИНТЕРНЕТ-СУБКУЛЬТУРА

Асхакова А. П. Что такое буллинг и как с ним бороться?	10
Ионов А. С. Tik Tok: новое пространство политической коммуникации.....	13
Кондрашова В. С. Популяризация cosplay как интернет-субкультуры в России	17
Курбатов А. В. Политическая самоцензура в современном интернет-пространстве: причины и особенности	19
Самарский И. Е. Фальсификация событий Великой Отечественной войны сквозь призму игровой серии Call of Duty	23
Смоловский И. Д. Интерсекциональный феминизм как молодежное течение в русском интернет-пространстве: активизм, движение, критика	27
Федченко А. Д. Социальные сети как механизм передачи информации и инструмент формирования политического имиджа	31
Феофилактов Д. Д. Молодежные инициативы в интернете: социально-политические аспекты. 36	

БЛОГЕРЫ КАК СРЕДСТВО МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В XXI В.

Зубрикова М. А. Блогеры и их значение для системы социальных коммуникаций XXI в.	41
Ковалышин И. В. Трансформация и роль блогеров как средства массовой коммуникации в XXI в.	44
Кузюра И. О. Блогеры как альтернатива традиционным СМИ.....	46
Курпатова М. А. Особенности блогерства как информационного ресурса.....	51
Прусакова О. П. Блог – средство массовой информации в России XXI в.?	54
Малышева Е. А. Роль блогосферы в современном медиапространстве	58
Терешкова Ю. В. Блоги в качестве альтернативы традиционным СМИ.....	63
Чиканчи К. Е. Блогеры и их роль в XXI в.	65

ФЕНОМЕН МЕМОВ КАК ФОРМА САМОВЫРАЖЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

Беленкова М. И. Мем как единица передачи политических ценностей в молодежной коммуникации	69
Борисов А. А. Мем как вид молодёжного юмора.....	73
Волкова В. В. Мемы как часть современной культуры	77
Каличкин К. К. Креативность образного самовыражения в мемах: архетипы социального	82

МОЛОДЕЖНЫЙ АКТИВИЗМ И МОЛОДЕЖНЫЕ ДВИЖЕНИЯ

В ИНТЕРНЕТЕ

Ефременко А. А. Молодежь в городских сообществах Германии.....	87
Ионов А. С. Особенности электронной петиции как формы политического участия	89
Кононенко О. С. Не только «Яндекс.Навигатор»: особенности виртуальных митингов на интернет-платформах на примере кейсов из Италии (2007) и Польши (2011)	92

Маркосян А. А. Социальные сети как инструмент участия в политическом процесс	98
Молдагуров Д. А. К вопросу о роли и значении сетевых взаимодействий в жизни молодежи ..	102
Нечкина А. А. Молодежное правительство как институт молодежного самоуправления в России (на примере Иркутской области)	108
Потапова Д. Д. Поправки 2020 года в Конституцию РФ глазами феминистических сообществ в социальной сети «ВКонтакте»	111
Прокопьева П. А. Специфика интернет-среды в условиях массовых протестов в Белоруссии ..	115

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА

Асанова А. Ю. Проблемы развития молодежного туризма в Кемеровской области.....	119
Гнедкова М. А. Проблемы и перспективы развития молодежного научно-познавательного туризма в Сибири	123
Ждан Е. А., Красильникова О. С. Молодежный туризм в Кузбассе: проблемы, идеи, предложения	127
Зубрикова М. А. Специфика молодежного туризма в США	129
Кудашова М. Е. Основные проблемы и перспективы развития молодежного туризма в Липецкой области	133
Чирун С. Н. Возможности и риски брендинга «Тисульской легенды» для развития туризма на Севере Кузбасса.....	138

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЯХ:

СОЦИАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

Бейдина Т. Е., Кухарский А. Н. Политические проблемы цифровизации в международных отношениях	143
Зотова А. А. Цифровизация публичной дипломатии в период второй администрации Б. Обамы	146
Гафурова З. А. Цифровизация как современный фактор распространения неонацизма	150
Ионов А. С. Особенности коммуникативных практик политических лидеров в условиях цифровизации публичной сферы.....	153
Миезис Е. Н. «Мягкая сила» как современный инструмент информационной войны	156
Савельев С. В. Актуальные информационные технологии в условиях геополитической напряженности	160
Степанова Я. В., Николаев Е. В. Изменение повестки дня мировых держав в цифровых СМИ в период пандемии COVID-19 на примере анализа BBC	167
Чернова А. В. Цифровые технологии как инструмент поддержания отношений между городами-побратимами города Перми в условиях пандемии	173

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНСТИТУТОВ

ПУБЛИЧНОЙ ВЛАСТИ И ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Баданинская А. А., Апостолук В. А., Юров В. В. Разработка цифровых средств взаимодействия граждан с органами государственного и местного управления	176
Беденкова А. С. Технологии цифрового правительства как основа будущих государственных преобразований	181

Востриков К. В. Привлечение молодежи на государственную службу: состояние и проблемы	185
Гладких С. С. Влияние внедрения информационных технологий на взаимодействие органов государственной власти и общества в вопросах противодействия коррупции.....	189
Зими́на Н. В. Информационные технологии в деятельности политических партий	194
Каминский С. И. Политика идентичности российского государства: поле битвы – интернет ..	197
Мартынов М. А. «Стратегия 2035» Кузбасса как инструмент по модернизации региона.....	204
Пустовойт Ю. А. Выбери меня. Фото в интернете как элемент мобилизационной повестки кандидата (по итогам избирательной кампании в горсовет г. Новосибирска).....	212
Савина Е. В. Применение интернет-ресурсов в процессе политической коммуникации партий с гражданами в современной России	216
Старков К. Д. Проблемы дистанционного электронного голосования в России на примере выборов в Московскую городскую думу VII созыва 2019 г. и голосования по внесению поправок в Конституцию 2020 г.....	219
Уперчук Р. А., Сачук Д. В. Киберсин в Чили как прообраз компьютеризованных систем управления государственной экономикой.....	225
Чучкин М. Ю. Информационные технологии как средство вовлечения институтов публичной власти в политическую повестку.....	228

***МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ***

Матафонова Ю. А. Миграция молодежи как показатель реализации государственной молодежной политики на региональном уровне и фактор устойчивости региональной политической системы.....	232
Матвеева Е. В., Митин А. А., Варфоломеев А. А. Государственная молодежная политика и молодежные объединения как инструмент по противодействию радикализации молодежи	236
Нарежнев А. Е. Молодежная политика в России и за рубежом в условиях цифровизации	243
Тумуров Ж. Т., Макарова О. А. Проблемы реализации муниципальной молодежной политики	245

***ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ***

Бовдилова С. С. Китайский опыт по борьбе с новой коронавирусной инфекцией (COVID-19) посредством применения цифровых технологий.....	251
Золотова О. В. Дистанционное обучение в российской школе: вызовы и проблемы в период самоизоляции.....	254
Грицкевич Т. И., Лавина Т. А., Захарова А. Н. Развитие научно-исследовательского и профессионального потенциала российской молодежи: лучшие практики федеральных инновационных площадок вузов в 2020 году.....	261
Кондрашов С. В. Дистанционное образование в Российской Федерации в период пандемии COVID-19.....	267
Кушнаренко А. Е. Кризис высшего глобального образования в контексте COVID-19	269
Новикова М. О. Использование технологических нововведений в здравоохранение в Германии	272

Пучков В. М. Роль цифровизации в вакцинологии.....	275
Рахман Хашими М. М. Проблемы и перспективы цифровизации в учреждениях высшего образования на примере СПбГУ.....	279
Филатова А. С. Использование интернет-ресурсов и платформ в образовательном процессе в рамках дистанционного обучения.....	282
Юматов К. В., Желонкина Е. С. Влияние COVID-19 на академическую мобильность в вузах Сибирского федерального округа: институциональные и студенческие проблемы и перспективы.....	286

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Железина О. А., Киняшева Ю. Б. Влияние пандемии на состояние культуры в современном мире.....	289
Валитова Э. Г. Особенности воздействия социальной сети YouTube на политические ценности студенческой молодежи.....	292
Матвеева Е. В., Леонова Н. Н., Сотников А. В. Оценка общественного мнения в отношении работы полиции (опыт Кузбасса).....	295
Русак С. Г. Каналы YouTube как средство повышения политической грамотности молодежи..	298
Сат А. В. Влияние информационных технологий на политическую культуру (на примере Республики Тыва).....	303
Сат А. В. Политическая культура населения Тувы в интернет-пространстве.....	305
Трофимова Д. А., Лейбович А. С., Матис А. А. Политическая социализация студенческой молодежи (на материалах регионального исследования).....	308
Цыганова В. В. Формирование ценностей современной молодежи в условиях информатизации общества.....	312

СОЦИАЛЬНАЯ РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Матвеева Е. В., Гефсиманская Л. М. Социально ориентированные некоммерческие организации в условиях пандемии: политико-правовые аспекты регионального развития.....	316
Ризванов Т. Х. К вопросу легализации денежных средств при помощи криптовалют в РФ.....	322
Труш А. С. Социальное развитие и программы социальной защиты населения в Кемеровской и Томской области.....	327

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ ПО ПРОФИЛАКТИКЕ ТЕРРОРИЗМА И ЭКСТРЕМИЗМА

Бизина М. Ю. Методы работы с молодежью по профилактике терроризма и экстремизма в Канаде, Малайзии и Российской Федерации.....	334
Сагунов З. К. Радикализм и экстремизм – актуальные угрозы политической социализации современной молодежи.....	337
Терлецкий В. А. Тенденции информационных технологий в изучении праворадикальных идеологий для профилактики терроризма и экстремизма среди молодежи.....	343

***РЕГИДНОСТЬ К НАУЧНОМУ ПОЗНАНИЮ И АКТУАЛИЗАЦИЯ МАГИЧЕСКОГО
МЫШЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОСТИ***

Алтухова Е. С. Наука и современное представление молодых россиян о ней: проблемы оценки эффективности развития.....	346
Зайцева Е. М. Проблемы развития критического мышления молодежи в эпоху цифровизации общества.....	350
Красноперова А. Ю. Актуализация магического мышления в современности как следствие подражания паранаучных форм знания системности науки.....	353
Носков М. А. Причины возникновения магического мышления и его отражение в наши дни..	356

МОЛОДЕЖНАЯ ИНТЕРНЕТ-КУЛЬТУРА И ИНТЕРНЕТ-СУБКУЛЬТУРА

ЧТО ТАКОЕ БУЛЛИНГ И КАК С НИМ БОРОТЬСЯ?

Асхакова А. П., студент

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор
Кемеровский государственный университет
alia.ashakova@gmail.com

Травля является, достаточно, распространённой и актуальной проблемой на сегодняшний день. Чаще всего буллингу подвергаются школьники. По статистике, 52 % подростков сталкиваются с буллингом со стороны сверстников [1].

Булинг (от англ. Bully – задира или bullying – задирать) – это агрессивное поведение, (травля) группы лиц или одного из членов коллектива по отношению к другому. По видам данный способ проявления агрессии можно разделить на травлю психологическую и физическую.

К психологической относятся: распространение ложных фактов, оскорбления, угрозы, прилюдное унижение, непристойные шуточки, объявление бойкота. Физическая травля зачастую – это толчки, пинки, побои, порча имущества, преследование, различные насильственные действия редко с использованием оружия.

Все эти действия ведут к нарушению спокойствия ребенка, он становится нервным, ему не хочется идти в школу, ребенок замыкается в себе. Бойкот в отношении ребенка, который практикуется в течение продолжительного отрезка времени, является самой частой причиной суицида.

Такого рода появление жестокости может быть обосновано различными причинами, чаще всего подростки жалуются на травлю из-за внешности. Так же издевательствам могут подвергаться те дети, которые отличаются то группы по национальному, религиозному, расовому признаку, по семейному благосостоянию, имеющие инвалидность, двоечники, вундеркинды, представители сексуальных меньшинств.

Буллерами или задирами, обычно, являются особо властолюбивые личности, которые уверены в абсолютной правоте своих действий, проявляя тем самым свою власть через насилие и агрессивное поведение. Они не видят в совершаемых ими поступках ничего плохого [2].

Как только им надоедает «играться» или жертва дает отпор, буллер прекращается на другую и так может продолжаться бесконечно. Причиной такого поведения чаще всего является проблемы в семье, ребенок может просто проецировать на окружающий его мир.

Для борьбы с буллингом первое, что надо понимать то, что обидчик ждет реакцию, поэтому нужно сохранять спокойствие и ни в коем случае не реагировать на провокации с его стороны. Не стоит пытаться отомстить обидчику, это может привести к еще большим проблемам [3].

Когда над вами издеваются, самооценка значительно страдает, а за этим следует тревожность и депрессия. Чтобы восстановить эмоциональный фон лучше заняться тем, что вдохновляет и делает вас счастливым.

Нужно стараться избегать людей, которые вас травят и места, где это обычно происходит.

Нельзя откладывать решение этой проблемы в долгий ящик, так как это может сильно отразиться на ментальном и физическом здоровье.

Если есть доверенное лицо (психолог, близкие друзья, учитель, родители), к которому можно обратиться за помощью, стоит сделать это незамедлительно. Психологически бороться с буллингом тяжелее в одиночку.

В ситуациях, когда попытка борьбы с проблемой всячески пресекаются, т. е. учителя игнорируют или не хотят признавать проблему буллинга, стоит сменить учебное заведение.

Если родитель узнаёт, что его ребенок подвергается травле первое, что нужно сделать это сохранять спокойствие и не паниковать. Не в коем случае не стоит давить на ребенка. Если он не хочет рассказывать о проблеме не стоит выпытывать у него ничего. Ребенок должен понимать, что вам он может довериться. В свою очередь, родителю следует показать все свое здравомыслие и рассудительность. Показать, что вам не все равно на его проблемы.

Не стоит идти на контакт с обидчиком с целью урегулирования конфликта. Такой реакцией можно добиться совершенно противоположного результата. Вероятность того, что обидчик прислушается к вашим словам очень мала. Наоборот, эти действия спровоцируют еще большую агрессию со стороны обидчика, делая ребенка ябедой, тем самым давая больше поводов для травли.

Лучше в такой ситуации поговорить с классным руководителем, учителями, которые ведут другие предметы, школьным психологом, если администрация школы корректно выполняет свою работу, то они должны были обратиться на это внимание

В случае если школа не обращает никакого внимания на проблему, дело стоит брать в свои руки.

Увы, реальность такова, что часто школа отрицает наличие буллинга и перекладывает ответственность происходящего на родителей обеих сторон.

При необходимости можно обратиться в правоохранительные органы в случае непрекращающихся нападков со стороны агрессора его можно будет привлечь к ответственности по статьям: возбуждение ненависти или вражды (282 УК РФ), клевета (128.1 УК РФ), умышленное причинение вреда здоровью (легкого – 115 УК РФ, среднего – 112 УК РФ, тяжелого – 111 УК РФ), истязание (117 УК РФ), доведение до самоубийства (110 УК РФ), уничтожение или повреждение имущества (167 УК РФ)

Так как буллинг наиболее распространен в школах, то к ответственности можно привлечь далеко не каждого обидчика. Частичная ответственность ребенка наступает с достижением 14-го возраста, до этого времени ответственность несут за него родители [4].

С 14 лет ребенок может нести ответственность по статьям 111 и 163 (вымогательство и шантаж) УК РФ и наказание может получить за грабеж разбой вандализм и хулиганств, а с достижением 16-го возраста подросток несет полную уголовную ответственность.

При подаче заявления в суд нужно обязательно проконсультироваться с адвокатом и нотариусом

Что делать учителям если они обнаружили в своем классе буллинг? Во-первых, нужно разобраться однократный конфликт это или же систематическое проявление жестокости, во-вторых, нужно определить равны по силам обе стороны конфликта. Если эти пункты совпадают, то стоит уделить внимания данной ситуации и приступить к разрешению проблемы [5, 6].

Зачастую учащиеся начальной школы не осознают, что могут сделать больно своими поступками и словами. Важно показать, что их поступки причиняют боль другому, если бы с ними так же поступили? Как бы он себя чувствовал на его месте?

Следующим шагом, должна быть, профилактика буллинга в классе. Стоит объяснить, что такое буллинг и чем он чреват. Психологи советуют проводить аналогию с обыденными и понятными вещами, такими как болезнь. Ведь, все знают, что такое болезнь и что болеть не очень приятно. Есть действия, которые могут подорвать здоровье класса. Так же, как можно заболеть, если пойти на улицу без шапки и шарфа.

Обратившись к детям с вопросом, что, по их мнению, «здоровье» класса какие методы профилактики буллинга они могут предложить? Сформулировать моральный кодекс класса, устроить голосование всем классом за новые правила, а самых авторитетных детей можно назначить блюстителем этого кодекса. Конечно, за ситуацией придется следить еще достаточно продолжительное время, потому что одним разговором невозможно решить проблему систематического характера. Не стоит пускать все на самотек.

Список использованных источников:

1. Статистика дня: 52 % подростков сталкивались с травлей в российских школах. URL: <https://www.sobaka.ru/city/society/98753> (дата обращения: 05.10.2020).

2. The Village. Как пережить травлю и ее последствия моббинг, хейзинг и аутинг: как с ними борются и закон психологии. URL: <https://www.the-village.ru/city/ustory/317455-travlya> (дата обращения: 03.10.2020).

3. Ракитова Е. Остановить буллинг. URL: <https://www.b17.ru/article/bullying/> (дата обращения: 05.10.2020).

4. Если ребенка травят в школе: 7 советов родителям по борьбе с буллингом. URL: https://zen.yandex.ru/media/pi_psi/esli-rebenka-traviat-v-shkole-7-sovetov-roditeliam-po-borbe-s-bullingom-5efe7868e951010a582feb89?utm_source=serp (дата обращения: 06.10.2020).

5. Школьный буллинг: почему одни дети травят других и как защитить своего ребенка от насилия. URL:

https://zen.yandex.ru/media/externat_foxford/shkolnyi-bulling-pochemu-odni-deti-traviat-drugih-i-kak-zascitit-svoego-rebenka-ot-nasiliia-5e1b03c4028d6800ad2e7d6d (дата обращения: 06.10.2020).

6. Буллинг в школе: что делать учителю. URL: <https://education.yandex.ru/teacher/posts/bulling-v-shkole-chto-delat-uchitelyu> (дата обращения: 06.10.2020).

ТІК ТОК: НОВОЕ ПРОСТРАНСТВО ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Ионов А. С., магистрант

Научный руководитель – Максимов А. М., к. полит. н., доцент

Северный (Арктический) федеральный университет

имени М.В. Ломоносова

ionow.artem@gmail.com

Последние два десятка лет Интернет активно включается в процесс политической коммуникации. Общение политиков с избирателями и между собой началось с создания собственных почтовых ящиков в сети. Однако кроме ускорения передачи информации, на данном этапе ничего сверхнового в политические взаимоотношения привнесено не было. Далее последовало повсеместное создание интернет-сайтов, где пользователи могли не только направить сообщения и получить на них ответ, но и наблюдать за политиком, изучать его программу, дискутировать в комментариях. Политики же грамотно использовали этот ресурс для трансляции своей точки зрения, навязывания определенных ценностей, информирования и мобилизации. Но сегодня никого этим не удивит, современные интернет-сайты в сфере политики носят преимущественно информативный характер, практически не оставляя пространства для коммуникации с политическим актором и не привлекая к себе широкую аудиторию, оставаясь каналом для членов партий и объединений, ведь теперь коммуникация перешла в социальные сети и мессенджеры. Политики активно используют twitter, facebook, Instagram и ВКонтакте [1]. Многие лидеры ведут как бы личные аккаунты в этих сетях, оказываясь наиболее приближенными к пользователям. Причём это характерно не только для национальных политических лидеров, но и для региональных, и даже для местных. Грамотная работа в сети способная сделать из даже не самого активного и успешного лидера человека, которому соперничают, за которым следят и в которого верят, и наоборот, избегая сетевого пространства коммуникации или же недостаточно находясь в нём, политик может быстро оказаться не у дел.

Важно отметить, что жизнь не стоит на месте и появляются новые социальные сети, мессенджеры и сервисы. Приложение ТікТок было создано в Китае в 2016 году и адаптировано для других государств в 2017 году [2]. Количество пользователей новой платформы уже превысило миллиард и по скорости

роста числа последователей оно опередило даже Facebook. Если совсем недавно можно было говорить о приложении как о сервисе песенок для детей, то сегодня это один из ключевых каналов коммуникации, который в том числе могут использовать политические акторы. Именно вовлеченность людей, простота использования и особый алгоритм работы привлекли политиков к новой сети, и сегодня множество политиков как в демократических государствах, так и в авторитарных пытаются понять алгоритмы сети и наиболее эффективно их использовать в рамках политической коммуникации, даже запрещенная в РФ террористическая организация Исламское государство пытается продвигать свои тиктоки.

Тикток – это платформа для создания и просмотра коротких видеороликов, также в распоряжении пользователей есть лайки, подписки, комментарии и чат. Приложение предоставляет возможность создавать небольшие видео о себе, которые зачастую содержат музыку в фоне, могут быть ускорены, замедлены или отредактированы с помощью фильтра. С целью создания клипа могут выбрать фоновую музыку из широкого спектра музыкальных жанров, редактировать с помощью фильтра и записать 15-секундное видео с регулировкой скорости перед загрузкой. TikTok сильно привлекает молодежь – это 41 % его пользователей, находящихся в возрасте от 16 до 24 лет. Среди этих пользователей 90 % пользуются им каждый день. Наибольшую популярность приложение имеет на родине, при этом порядка 60% пользователей в возрасте 25-44 лет, за пределами КНР 43 % пользователей старше 24 лет. Что вновь подтверждает позицию относительно того, что несмотря на преобладание молодого поколения в данном приложении, значительное число пользователей люди среднего возраста и старше [3].

При этом количество и возраст пользователей, разумеется, очень важные показатели, но не самые главные. При анализе современных цифровых сервисов особо важным фактором является фактор вовлеченности: насколько много видео просматривается и как часто, насколько активно пользователи ставят лайки и делятся роликами друг с другом. Так, в 2019 в нашей стране пользователи в среднем смотрели около 16,5 миллиардов, размещали 21 миллион видеороликов, делились 23 млн раз и поставили 1,6 млрд лайков. Эти цифры очень внушительны и говорят о чрезвычайной вовлеченности пользователей, ведь в России их порядка 20 миллионов, то есть это в среднем более 800 роликов в месяц, и при этом приложение продолжает набирать популярность. Продолжая рассуждение на тему вовлеченности, статистически подсчитано, что в среднем пользователи сервиса используют его 52 минуты в день. При этом сегодня такая популярная и успешная сеть только вступила на путь политизации и политики лишь приступают к её освоению. За рубежом уже есть некоторые успешные попытки политических акторов на этом поле и по этим примерам можно сделать некоторые выводы:

1) Тикток – это платформа людей для людей. Сети по типу Facebook могут использоваться в рамках институциональной коммуникации, тогда как

рассматривая платформа прежде всего акцентирует внимание на личности, индивидуальности. Сеть позволяет обойти посредничество в общении. Так один из лидеров Итальянской лиги Севера Маттео Сальвини развивает тикток как личную страницу и в среде последователей создается устойчивое убеждение, что он лично им управляет, общается с комментаторами и совсем не ведёт себя как публичный политик, и этот подход имеет успех. Он ловко комбинирует политические послания и общие темы, его политическая позиция проявляется как бы между строк. Через свои видео он продвигает тему национальной гордости, через национальные пейзажи, блюда, сцены и юмор, показывает себя любителем Италии, патриотом, и публика уже не рассматривает его как крайне правого политического деятеля, ищущего сторонников, каковым он на самом деле является.

2) Тикток это платформа для трендов, она работает как бесконечная петля, где бесконечно повторяются короткие ролики. Это схоже с определением «мема»: узнаваемый культурный элемент, воспроизводимый и передаваемый путем имитации поведения человека другими. Однако если в других сетях люди распространяли мемы, то тикток интегрировал их в свою суть: всё предполагает имитацию, по сути, это сеть мимикрии, где все функционирует согласно правилам мема. Некоторым удастся успешно использовать эти правила. Так в Бельгии, видео сравнительно незначительно политика Тома Ван Грикена, использовавшего в своём видео на фоне известную песню, на которую снято более 900 тысяч видео получил 30 тысяч лайков, тогда как простое видео президента Бельгии, снятое для телевидения и выложенное в тиктоке получило всего 2 тысячи лайков. С другой стороны, конечно, политический скорее всего не будет выкладывать видео под весёлую песню с целью развлечения последователей, однако это вопрос позиционирования и баланса.

3) TikTok – обманчиво случайная сеть. Иногда, создается ощущение, что видео в трендах случайны, куда попасть может любой желающий – просто постоянно выкладывай видео и что-то будет успешным. Однако это не так, люди, создающие контент в тиктоке лишь создают ощущение спонтанности, их представление перед камерой, игра со светом – всё это их жизнь, их любимое дело, просто они стремятся использовать коды приложения и создавать качественный контент, который будет приносить им деньги и популярность. В рамках тиктока важен сам человек, его подлинность и знание сети. Загружаемый контент должен быть адаптирован под платформу, ибо в противном случае, успех ему не гарантирован [4].

Отдельно следует выделить алгоритмы платформы. Чтобы попытаться занять свою нишу в сети, необходимо понять, как работает приложение. Контент, которые предлагается пользователю тщательно подбирается системой алгоритмов по его интересам, однако факторы интереса пока не известны и сам алгоритм – тайна сервиса [5]. Людям было очень интересно в чем секрет, многие обвиняли программу в шпионаже и других действиях и потому были раскрыты некоторые особенности: видео классифицируются в соответствии с

комбинацией факторов, составляющих персонализированный поток информации каждого пользователя в отдельности: панель «Для вас» в приложении. Лайки, комментарии, просмотр видео до конца рассматриваются как «сильные» индикаторы интереса, в то время как тот факт, что зритель и создатель видео находятся в одной стране, является воспринимается как «слабый» индикатор и меньше влияет на рекомендации. Особенностью алгоритма является принцип пользователя участия в нём, то есть он может отметить, если контент ему не подходит и вероятно какое-то время он его не увидит. Однако есть одна особенность которая сильно отличает сеть от других, которая может открыть дорогу новым политикам: количество подписок и просмотров предыдущих видео никак не влияет на последующие, то есть видео даже начинающего пользователя сети может стать очень популярным, так как не будет в тени «гигантов», но это и проблема для крупных игроков – не каждое их видео окажется рекомендованным к просмотру, не смотря на популярность.

Таким образом, TikTok сегодня представляет собой значительное пространство для политической коммуникации, которое постепенно входит в инструментарий акторов политики. Данная платформа остается преимущественно молодёжной, однако продолжает своё развитие в других возрастных группах, суммарная активная аудитория приближается к миллиарду человек, на мобильные устройства приложение было скачано более двух миллиардов раз. При этом люди проводят значительное время в нём каждый день, а стать популярным или известным, грамотно используя его возможности, можно и без обладания значительными ресурсами. Все эти факторы говорят нам о том, что повсеместное использование TikTok политиками и в целях политики остается вопросом ближайшего времени

Список использованных источников:

1. Воинов Д. А. Политические амбиции Интернета в России // Власть. – 2007. – №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskie-ambitsii-interneta-v-rossii> (дата обращения: 10.10.2020).
2. Херрман Дж. Как TikTok переписывает мир // The New York Times. – 2019. – Т. 10.
3. Iqbal M. TikTok revenue and usage statistics // Business of Apps. – 2020. – Т. 9.
4. Haenlein M. et al. Навигация в новую эру маркетинга влияния: как добиться успеха в Instagram и TikTok // California Management Review. – 2020. – Т. 63. – №. 1. – С. 5-25.
5. Мерковиты Н. Возможные рамки политики, основанной на внимании: поле для исследований // Международный журнал электронной политики (IJEP). – 2019. – Т. 10. – №. 2. – С. 13-23.

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ COSPLAY КАК ИНТЕРНЕТ-СУБКУЛЬТУРЫ В РОССИИ

Кондрашова В. С., студент

Научный руководитель – Михайлин В. Ю., к. филол. н, д. филос. н.
Саратовский национальный исследовательский государственный уни-
верситет им. Н. Г. Чернышевского
valeriela33vio@gmail.com

История возникновения субкультуры Cosplay берет начало в период «Золотого века» научной фантастики, который пришёлся на конец 30-х до 60-х годов XX века вместе с успехами в научно-техническом прогрессе, которые дали рождение совершенно новым литературным жанрам, таким как фэнтези и симпанк. Поклонники этой литературы стали переодеваться в костюмы своих любимых героев, тем самым представляя себя ими. Уже к 1960-м годам стали формироваться группы людей («косплееры»), изготавливающих и переодевающих в костюмы и появляющихся в них на разных фестивалях, посвящённых научной фантастике. Однако первый фестиваль Comic-Con, который стал ведущим мировым событием в cosplay-движении, был проведён в 1970 году в Сан-Диего [1]. Успех формата Comic-Con International дал старт другим масштабным мультиформатным мероприятиям подобного рода: Electronic Entertainment Expo (E3) в Лос-Анджелесе, Gamescom в Кёльне и другие. Cosplay не являлся важной частью данных фестивалей, но играл огромную роль в привлечении и развлечении посетителей мероприятия.

Костюм – самый главный компонент в cosplay, являющийся олицетворением образа персонажа, в который входят дополнительные аксессуары: парики, линзы, грим или макияж, а также различные важные бутафорные атрибуты, например, оружие. Изготавливается костюм либо лично косплеером, либо на заказ. Однако в большинстве случаев сами косплееры имеют навыки шитья, работы с бумагой и картоном, окрашивания, работы с пластиком, органическим стеклом, способны работать со слесарными и токарными инструментами.

Сам термин «cosplay» впервые был применён в июньском номере журнала «My Anime» (Издательство Akita Shoten) участниками манга-клуба университета Васэда – Ёсиока Хитоси, Матияма Томохиро и Такахаси Нобуюки в 1983 году в Японии. В рубрике «Hero Costume Operation» («Costume Play Daisakusen») читателям были предложены уроки по выбору и созданию костюма, а также советами по позированию. Для примеров публиковались фотографии косплееров с фестиваля Comiket в Токио в самых необычных и сложных костюмах [2].

Основные изменения в поп-культуре сильно влияли на субкультуру cosplay. В 1970-х – 1980-х годах популярными были комиксы, в 1980 – 1990-х интерес перешёл к кинематографу, в 2000-е годы, с появлением графических возможностей персональных компьютеров и игровых видеоприставок, косплееры стали вдохновляться идеями из видеоигр.

В Россию cosplay-движение пришло в 1999 году, но выйти на качественный уровень смогла только в 2002 году благодаря Третьему всероссийскому фестивалю японской анимации в Воронеже. На фестивале впервые демонстрировались костюмы аниме-персонажей на сцене с небольшим театральным отыгрышем [4]. В связи с этим в начале 2000-х в России cosplay стал ассоциироваться с движением аниме. В дальнейшем cosplay-движение стало распространяться и в других городах, основными центрами аниме-фестивалей стали Москва, Санкт-Петербург, Казань, Краснодар, Ростов-на-Дону.

Развитию cosplay-движения в России повлияло несколько факторов:

- распространение обширной информации о cosplay, о фестивалях, создании костюмов, способах и нюансах обработки материалов в интернет-сети;
- доступность специализированных материалов для шитья и изготовления костюмов и дополнительных аксессуаров к нему;
- развитие российских мультиформатных фестивалей Игромир и Comic Con Russia, Старкон, «Мультифест», «Феникс» [4].

С появлением социальных сетей, таких как Вконтакте, Instagram, Facebook явление cosplay-движения перешло на уровень интернет-субкультуры. Аниме-фестивали отошли на второй план. Каждый поклонник творчества cosplay имеет возможность посетить группу Вконтакте или личную страницу в Instagram любого косплеера, чтобы ощутить эстетическое удовольствие. Некоторые косплееры ведут влоги, показывая тонкости своей работы от создания костюма до фотосессий. Свои фотоотчёты они предоставляют в открытом доступе с защитой авторских прав.

В 2018 году мобильное приложение Tik-Tok от пекинской компании «ByteDance» открыла новую ступень в развитии cosplay-движения как интернет-субкультуры. Приложение позволяет создать короткий видеоклип и распространить его по всему миру. Таким образом, профессионалы, любители и даже новички в cosplay открыли для себя новые возможности преображения. Фотоискусство всё также является неотъемлемой частью cosplay, однако благодаря мобильному приложению Tik-Tok каждый косплеер может показать не только результат созданного образа, но и свои актёрские таланты. Театральные отыгрыши, что проходили на аниме-фестивалях перекочевали в Tik-Tok став более динамичней, эффектней и атмосферней, благодаря использованию графических редакторов несмотря на то, что длительность видеоклипа не превышает тридцати секунд. Возраст людей, увлекающихся cosplay в Tik-Tok, варьируется от 13 до 60 лет.

Тематика клипов чаще всего направлена на эпизодические моменты из популярных кинофильмов, сериалов, аниме или видеоигр, однако многие косплееры предпочитают снимать альтернативные Вселенные с персонажами из мифов и легенд разных стран и литературных произведений. В российском cosplay-движении распространены образы героев и злодеев из славянской мифологии, русской художественной литературы, а также преображение в знаменитых русских поэтов и исторических личностей.

Cosplay как интернет-субкультура – это творческий процесс от создания наряда до планирования сценарного образа и подготовки к театральной игре. С другой стороны, cosplay является серьёзным видом искусства, в котором косплеер старается максимально приблизиться к оригиналу того героя, которому он хочет подражать. И в дальнейшем данное искусство обзревается его ценителями и критиками. В 2020 году из-за пандемии COVID-19 стало набирать обороты cosplay-движение в социальных сетях, в особенности в Tik-tok. Данная субкультура оказалась очень гибкой и подстраивающейся под любые мировые нововведения и тенденции.

Список использованных источников:

1. История косплея. URL: <https://stopgame.ru/blogs/topic/64384> (дата обращения: 27.10.2020).
2. Ведмеш Н. А. Косплей. URL: <http://psihomed.com/kosplej/> (дата обращения: 27.10.2020).
3. Ланской В. Косплей – история появления, примеры и интервью, впечатления. URL: <https://stopgame.ru/blogs/topic/66580> (дата обращения: 27.10.2020).
4. Ермолаев А. Фотокосплей как искусство. URL: https://games.mail.ru/pc/articles/feat/fotokosplej_kak_iskusstvo/ (дата обращения: 27.10.2020).

ПОЛИТИЧЕСКАЯ САМОЦЕНзуРА В СОВРЕМЕННОМ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ: ПРИЧИНЫ И ОСОБЕННОСТИ

Курбатов А. В., студент

Научный руководитель – Поцелуев С. П., д-р полит. наук, доцент,
Южный федеральный университет
and.kurbatov2012@yandex.ru

Для понимания принципов функционирования такой формы политической цензуры как самоцензура в современном политическом дискурсе, необходимо обратить внимание на работы Т. ван Дейка. Так, он вводит термин «символические элиты», под которым понимает журналистов, писателей, художников, режиссеров, академиков и другие группы, реализующие власть на основе «символического капитала». У таких людей есть относительная свобода и власть в своём выборе дискурсивных жанров, тем, стиля, презентации и дискурса. «Они являются производителями общедоступных знаний, убеждений, оценок, норм, ценностей, морали и идеологий» [1, С. 52]. При этом их символическая власть тесно связана с властью идеологической: идеология таких «символических элит» может отличаться, чаще незначительно, от идеологии тех, кто платит им. При этом очевидно, что символическая власть понимается гораздо шире, нежели власть дискурсивная, которая выражается непосредственно внутри определённого дискурса. Однако, то, что предшествует

дискурсу: контроль над его материальным производством (отбор источников информации, выбор темы, приглашение экспертов), формулированием и распространением – это и есть власть символическая. Люди, которые не обладают властью, согласно Т. ван Дейку контролируют исключительно свою ежедневную коммуникацию, «но представляют собой абсолютно пассивных реципиентов в контексте официального и медийного дискурсов» [1, С. 86]. Так, политическая власть получает возможность управлять медиа-дискурсом, с помощью контроля его материального производства, формулирования и распространения, а дискурс воспроизводит знания, убеждения и идеологии, которые поддерживают власть. Исходя из этого Т. ван Дейк делает вывод: «власть выражается, обозначается, воспроизводится или легитимируется в различных структурах дискурса» [1, С. 62].

Схожее понимание цензуры демонстрирует Ричард Дж. Харрис в работе «Когнитивная психология массовых коммуникаций» [2]. Так, он описывает понятие «косвенной цензуры», под которой понимает наличие в государстве расплывчатых законов по регулированию средств массовой информации. В частности, критике подвергается процедура лицензирования медиа и журналистов, государственные органы в ходе такой практики получают возможность затягивать процесс получения аккредитации журналистами или лицензии неудобными средствами массовой информации, в крайнем случае прекращать деятельность таких медиа. Ричард Дж. Харрис также обращает внимание на важный момент, который присутствует в медиапространстве – самоцензура. Средства массовой информации могут обладать информацией, которую они не хотят публиковать самостоятельно или у них существует понимание, что общество в целом и аудитория конкретного медиа не желают знать каких-то негативных новостей, которые не укладываются в их привычную картину мира.

Самоцензура в современном интернет-пространстве становится одной из наиболее часто встречающихся форм цензуры. Это связано постоянным развитием социальных сетей и возможностью распространения информации на постоянно увеличивающуюся аудиторию.

Новые медиа представляют интерактивные формы обмена информацией, включая онлайн-СМИ, предполагающие цифровую форму хранения информации, сетевой способ распространения, компьютеризированную систему обработки и т. п. Также необходимо отметить наиболее важную для стратегий самоцензуры специфику таких медиа:

1. Возможности тех, кто в традиционных медиа зачастую являлся исключительно реципиентом, становиться автором, открыто выражать своё мнение по отношению к какому-либо публикуемому материалу или событию. Так, в новых медиа может стираться грань между автором и читателем/слушателем/зрителем, более того, часто индивид может совмещать эти медиа-роли;

2. Наблюдается очевидный ежедневный переизбыток информационных сообщений вокруг индивида. Следствием этого является то, что информация, которая уже соответствует представлениям и ожиданиям обывателя, легче

укладывается в его сознании и не вызывает эмоционального раздражения. При этом она также не требует дополнительного поиска подтверждений или опровержений;

3. Приобретают влияние эффекты, которые возникают или начинают активно проявляться непосредственно в современной медиа-коммуникации, выстроенной благодаря новым медиа: fake-news, постправда, пузыри фильтров, эхокамеры, гомофильная сортировка информации, закон Гилмора, эффект Барбары Стрейзанд.

Актуализация процессов самоцензуры в условиях новых медиа связана, с одной стороны, с тем, что в интернет-пространстве, социальных сетях многократно возрастает количество коммуникативных контактов между индивидами, а самоцензура является своеобразным барьером между мыслями, идеями человека, воплощёнными в информационный продукт (текстовое/аудио/видео сообщение), и собственно публикацией этого воплощения. С другой стороны, возможность индивида выступать автором информационного сообщения перекладывает на него ту же заботу, которая есть у средств массовой информации – необходимость соответствовать ожиданиям аудитории.

Исследователи, изучающие самоцензуру как психологический феномен, предполагают, что самоцензура является «результатом когнитивного процесса самоосуждения» [3, С. 20]. Когда индивид считает свои идеи неосуществимыми, неэффективными или странными, он может сознательно отказаться от них. Так, самоуважение является основной причиной самоцензуры творческих идей: люди, чья самооценка пострадает от критики, склонны намеренно или непреднамеренно подавлять их [4].

Среди факторов, которые оказывают влияние на принятие решения о запрете публикации собственного сообщения, относящегося к политической сфере, можно выделить следующие: на уровне индивида – страх социальной изоляции [5, С. 2]; на общественном уровне – степень политического несогласия с текущей ситуацией и публичность индивида в интернет-пространстве.

Ещё одним немаловажным фактором является принятая общественная этика или политкорректность [6, С. 97]. Alesia Rudnik, исследуя процессы политической самоцензуры в медиапространстве России и Белоруссии, выделяет три основных этапа самоцензуры: «На первом этапе индивид решает, позволяют ли условия безопасно высказываться на определенную тему, о конкретных людях или событиях. На втором этапе предполагается выбор формулировки и степени критического отношения субъекта в процессе создания контента. На заключительном этапе появляется «постпубликационная обработка», связанная с устранением отдельных слов, снижением степени критики, сокрытием названий» [7, С. 7].

В условиях новых медиа особенно важна такая закономерность, связанная с феноменом самоцензуры, как зависимость медиа от ожидания аудитории. Она присутствовала и в традиционных медиа, однако теперь эта особенность получает новые возможности. Первоначальный получатель информации

онного сообщения теперь имеет возможность моментальной публичной реакции на него, причём важно заметить, что такая реакция также, как и любая другая публикация, может проходить этапы самоцензуры, а следовательно, соответствовать теории спирали молчания [8].

Другая особенность в сегодняшних условиях интернет-коммуникации скорее является исключением: если положительные и отрицательные оценки пользователей под сообщением распределяются примерно одинаково, такая ситуация создаёт в сознании пользователя, как склонного к тому, чтобы комментировать публикации в интернет-пространстве, так и пользователя регулярно не склонного комментировать публикации, возможность для безопасного выражения своего мнения и необходимость поддержки симпатизирующей ему позиции [9, С. 3].

Поскольку мы исходим из того, что наше понимание событий зачастую контролируется стереотипами, реакция пользователей на информационное сообщение в интернет-пространстве также может представлять позицию, сформированную и во многом контролируемую действующими в обществе стереотипами. Следовательно, медиаресурс, функционирующий в таких условиях, формирует круг своих сторонников, в том числе и на основе стереотипов и, что более важно, любая публикация, отклоняющаяся от привычных ожиданий аудитории, может вызывать её негативную реакцию. В условиях переизбытка альтернативных информационных источников в медиaprостранстве для медиаресурса существует высокая угроза потери своей аудитории. Эта особенность проявляется ярко при работе с остросоциальной или политической повесткой — вокруг медиа-источника концентрируется аудитория, которая имеет сформированные ожидания не только по тематике публикаций, но также и по степени их критичности и авторского подхода к их освещению.

Среди главных особенностей такой коммуникации необходимо отметить, практическую невозможность объективного освещения инфоповодов: в силу скорости появления сообщений в медиaprостранстве, у читателя появляется запрос на формирование аргументированной позиции при минимальных временных затратах. Информационные сообщения, не вызывающие эмоциональной реакции или не приводящие читателя к формированию чёткой позиции, не вызывают желания комментировать и распространять это сообщение. Возрастание скорости реакции читателя на сообщение, в ходе которого он, рассматривая реакции других читателей, принимает решение о необходимости публичного выражения своего мнения. Повышение зависимости медиа-источника информации от ожиданий аудитории. Медиа, также как и обычный пользователь, вынуждены оценивать существующую и потенциальную реакцию аудитории и выстраивать сообщение наиболее безопасным способом, что в свою очередь является проявлением самоцензуры.

Список использованных источников:

1. Дейк Т. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. – М.: «Либроком», 2013.

2. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. 4-е изд. – СПб., М.: «Прайм-Евроникс», «Издательский дом Нева», «Олма-пресс», 2002.
3. Parloff M. B., Handlon J. H. The influence of criticalness on creative problem solving in dyads // *Psychiatry*. – 1964. – № 27.
4. Hsuan-Ting Chen Spiral of silence on social media and the moderating role of disagreement and publicness in the network: Analyzing expressive and withdrawal behaviors // *New media & society*. – 2018. – №1-20.
5. Das A. Kramer Self-Censorship on Facebook // *Proceedings of the Seventh International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. – Cambridge, Massachusetts: The AAAI Press, 2013.
6. Horton J. Self-Censorship // *Res Publica*. – 2011. – №17(1).
7. Rudnik A. Why do bloggers keep silent? Self-censorship in social media: cases of Belarus and Russia. – Stockholm, 2020.
8. Noelle-Neumann E. The Spiral of Silence A Theory of Public Opinion // *Journal of communication*. – 1974. – № 24.
9. Scott D. Williams Self-esteem and the self-censorship of creative ideas // Department of Management, Raj Soin College of Business, Wright State University. – Dayton, Ohio, USA. 2002.

ФАЛЬСИФИКАЦИЯ СОБЫТИЙ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ИГРОВОЙ СЕРИИ CALL OF DUTY

Самарский И. Е., магистрант

Научный руководитель – Коновалов А. Б., д. ист. н., профессор

Кемеровский государственный университет

abm5c@mail.ru

Фальсификация отечественной истории и создание негативного образа нашей страны является актуальной проблемой современного общества. Наиболее пострадавшей от «рук» фальсификаторов является история и интерпретация событий Великой Отечественной войны, с грубыми примерами искажения которой можно столкнуться в сюжетах компьютерных игр.

9 мая 1945 года антигитлеровская коалиция поставила жирную точку в двенадцатилетней истории «Тысячелетнего Рейха» и его сателлитов. Но время шло, и наши бывшие союзники оказались по другую сторону баррикад – в 1946 году началась эпоха «Холодной войны». Она вылилась в идеологическое противостояние и борьбу пропагандистских машин стран Североатлантического Альянса (НАТО) и Организации Варшавского договора (ОВД), которая не только не прекратилась с распадом ОВД и СССР, а даже набрала оборот после 1991 года. Её итогом стало множество мифов о событиях Великой Отечественной войны, которые можно охарактеризовать в частности, как: «Победа вопреки командованию», «бессмысленные потери», «дефицит и отсталость советского оружия», «солдаты не желавшие воевать за свою страну и идущие в

атаку только под дулом пулемётов заградотрядов и комиссаров», «насилие по отношению к гражданскому немецкому населению со стороны советских солдат». Эти мифы ставят главной целью десакрализацию этого исторического события в глазах нашего народа и народов стран мира.

Одним из инструментов фальсификации исторических событий являются компьютерные (видео) игры, имеющие широкую популярность у молодёжи и взрослых людей. С 1980-х по 2000-е годы сформировалась целая индустрия компьютерных развлечений, которая по уровню доходов конкурирует с киноиндустрией. Такая ситуация благоприятно сказалась на возможности использования видеоигр как оружия пропаганды, как это было раньше с кинофильмами («Рембо 2», «Рембо 3», «Красный рассвет», «Рожденный американцем», «Красный воробей» и т. д.). Современные компьютерные игры – это продуманный продукт, над которым трудятся сотни программистов, дизайнеров, сценаристов и маркетологов с бюджетами в миллионы долларов. На выходе получается качественный продукт с хорошей графикой, интересным игровым процессом (геймплеем) и сюжетом, которому могут позавидовать многие фильмы. Существуют игры разнообразных жанров, в том числе и на военно-историческую тематику, в частности посвящённые периоду Второй Мировой войны. В жанре FPS (first-person shooter, рус. шутер от первого лица) популярна игровая серия Call of Duty, на сегодняшний день насчитывающая только 16 основных игр [1]. Это крупнобюджетные игры AAA (triple-A) класса, к разработке которых в качестве консультантов привлекают представителей силовых структур США. Игровая серия позволила игрокам впервые почувствовать себя обычным солдатом, участвующим в масштабных сражениях. Первая игра серии была разработана игровой студией Infinity Ward в 2003 году, и включала по игровому порядку 3 кампании: за США, Британию и СССР. Миссии за США и Британию были разнообразными и захватывающими, погружали игрока в атмосферу того времени и показывали героизм солдат. Они включали парашютный и планерный десант в Нормандии, добычу вражеских секретных документов, освобождение пленного офицера из немецкого концлагеря, захват моста, диверсии на плотине и линкоре «Тирпиц» [2]. В этих миссиях американские и британские бойцы героически сражались и погибали. Экраны загрузки были стилизованы под брифинг командования и личные дневники, и письма главного героя. Кампания за СССР отличалась в худшую сторону. Экран загрузки советской кампании представлен, в основном, приказами, а начало первой миссии экран с «приказом 116» аллюзией на приказ «227 «Ни шагу назад!»». Образ советских солдат собрал множество штампов и мифов: советские солдаты не хотят воевать, вооружены «одной винтовкой на двоих», идут в атаку только под страхом расстрела комиссаром, образ которого как будто сошёл с листовок нацистской пропаганды. Тезис «комиссар хуже врага» дополняет сцена, где советский снайпер убивает комиссара, не дающего занять выгодную позицию. Советские командиры бросают солдат только в лобовые атаки без всякой поддержки и не считаются с потерями. Винтовку главный герой получит, подобрвав у убитого бойца [1]. Игрока ожидают достаточно

скучные и однообразные миссии, с одним исключением в виде аллюзии на оборону «дома Павлова», где командир отправит солдата под страхом расстрела выманивать на себя немецкого снайпера. Видимо разработчики вдохновлялись псевдоисторическим фильмом «Враг у ворот» [3]. В миссиях по освобождению Польши мы узнаем, что советские генералы не шли освобождать Европу от нацизма, а гнались за «бабами и французским шампанским», что командирами танка Т-34-85 брали обычных пехотинцев «командовать малоопытными танкистами», так как экипажей не хватало. Завершает советскую кампанию штурм Рейхстага, обороняемого 10-ю немецкими солдатами [2]. Игра была положительно воспринята игроками и получила продолжение в лице Call of Duty: United Offensive, вышедшем из-под пера другой студии (Treyarch). В ней советская кампания стала разнообразнее, Советские солдаты хорошо вооружены, а игрок поучаствует в битве на Курской дуге и в освобождении Харькова [4].

Продолжение серии – Call of Duty-2 начиналось с советской кампании в хронологической последовательности, и не имело противоречивых моментов, за исключением миссии, где для тренировки советские солдаты бросают картошку вместо гранат. Миссии были достаточно скучными, проходили в однообразных развалинах Сталинграда и заканчивались в 1943 году успешной обороной неизвестного дома, в то время как, в кампании за США и Британию бои шли в Африке, Нормандии и Германии и отличались размахом, динамикой и эпичностью [5]. В 2008 году вышла игра Call of Duty: World at War. В ней присутствовала кампания за США на Тихом океане, и за СССР в Европе. Игра раскрывала мрачную, кровавую и жестокую сторону Второй Мировой войны. Эта часть игровой серии была хорошо встречена нашими игроками, ведь в ней советские солдаты были показаны желающими сражаться за Родину [6]. Кроме одной миссии в Сталинграде, все остальные шли в Берлинской операции 1945 года, и включали следующие: Штурм Зееловских высот, прорыв танков к пригородам Берлина, городские бои и затопление нацистами берлинского метро, и наконец, финал с взятием Рейхстага, где игрок в роле рядового Дмитрия Петренко лично водрузит Знамя Победы на крышу. Советскими солдатами в игре двигает лишь чувство мести и жажда крови, командир Виктор Резнов (похожий внешне на Ленина) без жалости приказывает расстреливать пленных немецких солдат и ходит по Берлину с ножом-мачете Тайга-1 (разработки 1990-х годов), а в вырезанных из финальной версии диалогах рассказывает, как отрезать голову медведя и говорит что это может пригодиться при встрече с «фрицами» в Берлине. В одной из миссий игроку давали выбор: либо он расстреляет сдавшихся в плен немцев, либо их сожгут заживо. Это разительно отличается от американской кампании, где солдаты США поражаются жестокости и коварству японцев, показывают усталость от войны и берут японцев в плен несмотря на то, что японские солдаты при сдаче в плен подрывают себя и врага гранатой [7]. История Резнова и Дмитрия Петренко продолжается после войны в Call of Duty-Black Ops. Резнов сидя в лагере ГУЛАГа в 1961 году

рассказывает ГГ, оперативнику ЦРУ Алексу Мейсону, как он и Петренко после войны участвовали в захвате нацистской базы в Антарктиде с целью заполучить ученого доктора Штайнера, и казнили весь остальной персонал базы. После по приказу генерала Кравченко на советских солдатах прямо на базе испытали газ «Нова-6» разработанный нацистами, но Виктор чудом спасся [8].

В игровой серии Call of Duty создаётся отрицательный образ нашей страны, народа и армии. Игры серии активно участвуют в формировании мифов о СССР, РККА и их роли во Второй Мировой войне, могут негативно влиять на людей с отсутствием критического мышления и слабыми историческими знаниями. В последней части серии Call of Duty – Modern Warfare 2019 представлен негативный образ современной армии Российской Федерации. Это наглядно демонстрирует, что компьютерные игры можно использовать в целях агитации, пропаганды и создания образа врага. Подобные игры должны проходить специальную историческую экспертизу и в случае отрицательного заключения их свободное распространение должно быть ограничено. С другой стороны, необходимо создавать отечественный игровой контент с правильными историческими посылами. Пока примерами отечественных военно-исторических игр с адекватной интерпретацией исторических событий являются игры жанра «стратегий» (В тылу врага, Вторая Мировая, Искусство войны, Блицкриг, Партизаны 1941, Операция «Багратион»).

Список использованных источников:

1. Белов С. И. Компьютерные игры как инструмент реализации политики памяти (на примере отображения событий Великой Отечественной войны в видеоиграх) // Вестник РУДН. Серия: Политология. – 2018. – №1. – С. 96-104.

2. Прохождение Call of Duty 1. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MdiHN05VZBQ&list=PLIDSdZ533gGIUvYl09PnCKhEtTzubsCqD> (дата обращения 19.10.2020).

3. Федорченко С. Н. и др. Сетевые компьютерные игры в эпоху цифровизации: новые угрозы или потенциалы для реализации политики памяти? // Вестник МГОУ. – 2019. – №3. – С. 67-86.

4. Прохождение Call of Duty: United Offensive. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cxPb2UA7IKU&list=PLIDSdZ533gGmUrtPNmeREspZGqcbJUo7> (дата обращения 19.10.2020).

5. Прохождение Call of Duty 2. URL: https://www.youtube.com/watch?v=V2t43dGBsIY&list=PLIDSdZ533gG12aR6d0yteM_8Fzrf90_EM (дата обращения 19.10.2020).

6. Грибан О. Н. Трансформируя память: отражение Второй мировой войны в компьютерных играх // Педагогическое образование в России. – 2017. – №2. – С. 32-38.

7. Прохождение Call of Duty: World at War. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Q4Vmkf_QR4A&list=PLs00JaBBjbTKug9wZJTlZhyDIpMzIxmBR (дата обращения 19.10.2020).

8. Прохождение Call of Duty: Black Ops. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9bShvXI1Fc8&list=PLrvMa9hqFPsVdCONO5oHs8QU1Oyw63TWQ> (дата обращения 19.10.2020).

ИНТЕРСЕКЦИОНАЛЬНЫЙ ФЕМИНИЗМ КАК МОЛОДЕЖНОЕ ТЕЧЕНИЕ В РУССКОМ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ: АКТИВИЗМ, ДВИЖЕНИЕ, КРИТИКА

Смоловский И. Д., студент

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., доцент

Кемеровский государственный университет

dartlarrus@yandex.ru

Феминистическое движение значительно повлияло на жизнь женщин в современном мире. Благодаря нему они обрели равные с мужчинами политические и избирательные права, стали полноценными субъектами общества. В XXI веке феминизм практически полностью слился с прогрессивной леволиберальной повесткой и стал бороться уже не за права, а за привилегии. Мы можем наблюдать борьбу за гендерное равенство и требование квот для различных угнетенных групп как в современной западной политике, так и в пропаганде, которая активно встраивается в массовую медийную культуру. В пространстве стран бывшего СССР данные тренды еще не столь актуальны, но все же постепенно, во многом благодаря прогрессивной общественности, получающей гуманитарное образование в западных учебных учреждениях, и доступности интернета, они обретают все большую популярность, а главной целью для пропаганды подобных взглядов является молодежь, которая активно изучает интернет-пространство.

Основными течениями движения, представленными наиболее ярко в русскоязычном интернете, являются либеральный, радикальный и интерсекциональный феминизм.

Либеральный феминизм. Исторически связанное с движением суфражизма направление, стремящееся к эгалитаризму под средством социального взаимодействия и продвижения реформ для предотвращения дискриминационных практик [1]. Участники данного движения, зачастую, являются секс-позитивными и либерально относятся к проституции и индустрии порнографии, считая участие в этом женщин их правом.

Радикальный феминизм. Направление, определяющее женщин как угнетенную группу, страдающую от патриархата. Они считают, что все институты в современном обществе осуществляют подавление и контроль всех женщин со стороны мужчин. Выделяют необходимость создания исключительно женских организаций, указывая, что все мужчины заинтересованы в инструментах доминирования. Секс-негативны: порноиндустрия и проституция – инструменты патриархального угнетения [1].

Интерсекциональный феминизм. Течение феминизма, основывающееся на интерсекциональной теории, то есть идее о пересечении различных параллельных и пересекающихся систем угнетения, т. е. в одной и той же социальной группе может быть множество внутригрупповых различий. Направление не останавливается на защите прав одних лишь женщин. Благодаря интерсекциональному подходу они могут включать в свою повестку различные угнетенные группы, особенно, если какая-либо социальная группа ущемляется сразу в нескольких системах. Например, если женщина является чернокожей лесбиянкой, то она является ущемленной сразу в трех плоскостях: половой, расовой и сексуальной. При этом, считается, что нужно оценивать исключительно индивидуальный опыт, ведь у каждого своя матрица привилегий. В среде активистов движения принято заниматься подсчетом своего привилегированного положения. Основным противником для движения является патриархат, представителями которого являются цисгендерные, гетеросексуальные, белые мужчины. Также повестка включает в себя борьбу против капитализма как патриархальной системы угнетения различных групп. Направление является в основном секс-позитивным, они всячески поддерживают сексуальных работников, но, зачастую, считают, что сама система вынуждает женщин начинать работать в данных отраслях.

Автор статьи уделит внимание рассмотрению именно интерсекционального феминизма как наиболее популярного и массового направления в русскоязычной молодежной интернет-среде.

Главным популяризатором и лицом данного течения в России стала москвичка Вероника (Ника) Водвуд, более известная в интернете как NixelPixel, левая интерсекциональная феминистка и активистка [2]. Она была одной из первых, кто стал реагировать на все связанные с феминистической повесткой истории в российских медиа. Благодаря простому стилю повествования, ей легче подводить людей к понимаю достаточно сложных тем таких, как интерсекциональный феминизм и права ЛГБТ сообщества [3]. На своем youtube-канале обсуждает различные аспекты сексуальной жизни и раскрепощения, выпускает ролики против домашнего насилия [4]. На ее взгляды очень сильно повлияло обучение на социологическом факультете одного из вузов США. Суммарная аудитория на всех платформах Ники – около семисот тысяч человек. Помимо канала на youtube и Instagram активно использует платформу twitter. В 2020 году Ника вместе с некоторыми другими активистами была приглашена для выступления на сессии Комитета ООН по положению женщин [5]. Но из-за эпидемиологической ситуации в мире выступление не состоялось.

Помимо записи видео, NixelPixel пишет статьи о проблемах различных меньшинств, издает свою серию комиксов «Песя» про маленьких животных, которые сталкиваются с дискриминационными проблемами такими, как сексизм, трансфобия, гомофобия, фэтшейминг и т. п., стоит отметить, что данное творчество свободно продается в различных книжных магазинах и имеет возрастное ограничение всего в двенадцать лет. Все это позволяет успешно индоктринировать новых членов движения. Благодаря ее простому в освоении

контенту в интернет-пространстве в основном среди противников движения стало появляться множество мемов, самыми популярными из которых являются: мем о не поворачивающийся стрелочке (который появился из-за ролика с объяснением основ интерсекционального феминизма, где Ника на примере сексизма, выделив две группы: угнетателей (патриархат, состоящий из белых цис-мужчин) и угнетенных (женщин, гендерно-ненормативных персон, трансгендеров), объясняет, что патриархат никогда не бывает угнетен, а все случаи насилия над белыми мужчинами – это лишь исключение, стрелочка угнетения не может повернуться и всегда направлена в сторону угнетенных), высмеивающий мем с главным героем ее комиксов Песей, где его изображают женоненавистником, трансфобом и во многих других оскорбительных для движения образах, а также другие высмеивающие ее творчество и движение, в целом, изображения. Ника часто обвиняет других блоггеров в культурной апроприации, расизме, сексизме, гомофобии и т. д., снимая об этом ролики.

В целом, весь активизм направления полностью перешел в киберпространство. Активисты снимают ролики, проводят онлайн-семинары и лекции, где объясняют различные аспекты идеологии, дают интервью и комментарии различным зарубежным и отечественным либеральным СМИ. Пишут треды (от английского thread – последовательность ответов и сообщений на различных интернет-площадках) в социальных сетях, обсуждая различные проблемы и информационные поводы. Часто в этой среде происходят скандалы со взаимными обвинениями в том, что кто-то нарушил какие-то догматы идеологии или трактовал их не так. Активисты выступают за выделения квот для различных меньшинств в политике, образовании и других сферах жизни. Пропагандируют мультикультурализм и разрушение традиционных семейных ценностей. Всех этих людей уничижительно называют SJW (Social Justice Warriors – войны социальной справедливости).

Основной аудиторией подобных Нике активистов являются подростки, которые случайно или целенаправленно изучая интернет встречаются подобный контент. Они создают достаточно большие группы сторонников в социальной сети «ВКонтакте», которые насчитывают от 5-10 до 100 тысяч подписчиков. Там они обсуждают какие-то личные проблемы, пропуская их через призму своей идеологии, обвиняя различные «доминирующие», на их взгляд, социальные группы в угнетении. Личные аккаунты в twitter, где делятся зачастую выдуманными историями, целью которых является изобличить неодобряемые повесткой вещи, а также поддерживают популярных активисток. Все это сопровождается резкими изменениями в жизни молодых людей: они резко меняют свой внешний вид, красят волосы в различные цвета, перестают следить за личной гигиеной, ссылаясь на бодипозитив, отклоняются от традиционных семейных ценностей, отказываются от своего врожденного пола, идентифицируя себя, как оленей, единорогов, инопланетян. Просят обращаться к себе, определенными местоимениями, которые бы соответствовали их гендеру. Часто, под влиянием идеологии, люди сами диагностируют себе «гендерную дисфорию» и пытаются сменить пол, в Европе и США – это очень популярно,

многие политики и даже медицинские деятели защищают гормональную терапию, назначаемую детям [6].

Автор считает, что идеи, которые несут за собой подобные «прогрессивные» течения, разрушают традиционные русские ценности: институт семьи, брака, религии. Ведут к пагубным социальным последствиям, которые сейчас уже происходят в Европе и США – нетрадиционные парады, погромы, совершаемые движениями ANTIFA и BLM (Black Lives Matter), направленные не столько против полицейского насилия, сколько против консервативных белых людей среднего класса и Европейской культуры, которые считаются основами угнетения различных меньшинств. Все это негативные последствия привнесения подобных идеологий в политику и образование.

В России уже принимаются меры по борьбе с подобными явлениями. Так, в поправках к Конституции РФ, которые были приняты в 2020 году, есть изменения, касающиеся 72-й статьи, дополнения к пункту «Защита семьи, материнства, отцовства и детства; защита института брака как союза мужчины и женщины...» [7]. Также хочется отметить, что борьба против расизма, в повестке современных SJW, основывается на критике колониализма и истории рабовладения в США. В данном случае очень просто разделить группы угнетенных и угнетателей, но для России такой пример не подходит, потому что в случае с крепостным правом – обе стороны представляли из себя белых людей. Либеральная общественность хочет перевести проблему в область пренебрежительного отношения к неславянскому этносу в России, но, на наш взгляд, в стране, где проводится активная многонациональная политика, регионы имеют право на распространение и передачу своей культуры и языка, данная проблема не является актуальной.

На данный момент интерсекциональный феминизм как идеологическое течение в России хоть и остается немногочисленным, но с каждым годом, перенимая тренды с Запада, все больше крепнет и обретает сторонников. На наш взгляд, стоит проводить дальнейшую активную политику по укреплению и воспитанию в детях традиционных ценностей для предотвращения массового распространения подобных движений в России.

Список использованных источников:

1. Рабжаева М. В. Либеральный феминизм / Словарь гендерных терминов. URL: <http://www.owl.ru/gender/107.htm> (дата обращения: 25.10.2020).
2. Ника В. Обо мне. URL: <https://nixelpixel.com/#interview>
3. 9 inclusivity activists from Russia you need to follow on Instagram. URL: <https://www.calvertjournal.com/articles/show/11058/9-inclusivity-activists-from-russia-you-need-to-follow-on-instagram> (дата обращения: 25.10.2020).
4. Looking for Free Speech in Russia? Try YouTube. URL: <https://www.nytimes.com/2019/06/09/world/europe/youtube-russia-putin-state-tv.html> (дата обращения: 25.10.2020).

5. Алена Попова, Ника Водвуд и Дарья Серенко выступают в ООН. URL: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/life/news/248921-un> (дата обращения: 25.10.2020).

6. UK national health service defends giving «sex change» drugs to 10-year-olds. URL: <https://www.breitbart.com/europe/2020/10/11/uk-national-service-defends-giving-sex-change-drugs-to-10-year-olds/> (дата обращения: 25.10.2020).

7. Закон РФ о поправке к Конституции РФ от 14.03.2020 N 1-ФКЗ «О совершенствовании регулирования отдельных вопросов организации и функционирования публичной власти. Ст. 1. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_346019/b004fed0b70d0f223e4a81f8ad6cd92af90a7e3b/ (дата обращения: 25.10.2020).

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК МЕХАНИЗМ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ И ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА

Федченко А. Д., магистрант

Научный руководитель – Щербинин А. И., д. полит. н., профессор

Томский государственный университет

FDCHAL@mail.ru

В политической сфере наибольший интерес представляют новые информационные технологии, развитие которых возрастает с каждым электоральным циклом. К таким технологиям относятся интернет-технологии. Благодаря новым интернет-технологиям массовых коммуникаций виртуальная реальность позволяет человеку оказаться в мире, в котором не существует пространственных и временных границ. Межличностные рамки также стираются, таким образом коммуникация в том секторе, в котором она была бы невозможна в физическом мире становится осуществимой. В политической сфере благодаря СМИ в сети «Интернет» конструируются образы государства и мира, власти и народа, партнеров и противников. Задачей политики является правильно сформулировать ментальный политический образ в умах людей за счет новых медиа [1, С. 34].

Власти исторически используют широкий арсенал СМИ для воздействия на общественное мнение. Социальные сети как механизм передачи информации имеют способность создания виртуальной реальности. Социальные медиа детерминировали вектор развития политических коммуникаций, которые также подверглись трансформации под влиянием современных глобализационных процессов. Такова культура «реальной виртуальности», где виртуальный мир оказывается подчас более реальным, чем действительность [2, С. 556]. Это особенно актуально в период избирательных кампаний, когда необходимо привлечь избирателей. В отличие от традиционных информационных технологий агитационного типа, виртуальная реальность отличается использованием новых медиа-коммуникации в режиме здесь и сейчас: без простран-

ственно-временных границ, где создается эффект живого общения и вовлеченности в процессы общества. Современный человек зачастую воспринимает реальность через средства новых медиа в сети «Интернет». На сегодняшний день реальность такова, что ни один политический актор не может рассчитывать на собственный успех, если не заручится поддержкой избирателей, в лице народа. В современном мире данной поддержкой можно заручиться через сеть «Интернет», а именно через социальные сети. Социальные сети – это интернет-площадка, где на сегодняшний день можно делиться контентом с большим количеством людей в разном формате, будь то текст, картинка или видеoinформация.

Значительная часть электората сконцентрирована именно в социальных сетях. А выбор инструментов и каналов взаимодействия с данным электоратом может быть практически неограниченным. Главными функциями политической коммуникации в глобальной сети являются: хранение и распространение информационного материала, реклама, создание площадки для обсуждения политических, экономических и социально-значимых тем, а также PR [3, С. 124]. Для политиков, интернет является незаменимым инструментом, позволяющим относительно недорого, масштабно и эффективно воздействовать на электорат. Среди отрицательных сторон данного явления – возможность манипулирования гражданским обществом в сети, что является достаточно спорным вопросом; ведение недобросовестной конкурентной борьбы среди политиков. Социальные сети для политика – это возможность, продвигать свой имидж на общедоступных площадках сети, возможность привлечь большую аудиторию к своей деятельности, возможность заручиться поддержкой электората. Политик с уникальным имиджем, приближенный к своим избирателям в социальных сетях, имеет дополнительный шанс на поддержку со стороны населения. Стоит отметить и повышение доверия к политику через взаимодействие в социальных сетях, ведь двухсторонняя коммуникация в социальных сетях явление достаточно новое и ещё далеко не совершенное. И. Гофман говорит о том, что взаимодействие как диалог между двумя командами, одна команда- исполнители, а другая – наблюдатели или аудитория, с которой необходимо работать [4, С. 128]. Конструирование имиджа политика и применение механизмов политического пиара в социальных медиа являются неотъемлемыми элементами современной предвыборной кампании. Кроме этого, новые медиа выступают в качестве дискуссионных площадок, каналов обратной связи, базисом формирования новой социально-политической реальности. Именно поэтому использование новых медиа в избирательном процессе особенно актуально в наши дни.

Таким образом, в социальных сетях происходит закрепление простых и устойчивых фактических образов политических деятелей, а также их деятельности. Современное государство и его властные элиты ориентированы на управление процессами легитимации посредством конкретной политики идентичности в сети. Продвижение кандидата в социальных сетях на настоящий момент является одним из популярных средств.

Региональные политические процессы современной России, так же как политические процессы в других странах, перешли в новую информационную плоскость. На региональном уровне технологии продвижения кандидата с помощью использования методов PR не отличаются особым многообразием. Продвижение региональных политиков состоит из раздачи листовок, пикетирования, картинок на билбордах. Кроме привычных методов в настоящее время стали использоваться и новые – через социальные медиа. Личные страницы, сайты, любительские паблики, официальные аккаунты кандидатов в таких социальных сетях как Instagram, ВКонтакте, Facebook, Telegram сейчас пользуются особой популярностью. Возросшая популярность социальных сетей актуализирует вопрос использования этих площадок в качестве канала коммуникации в период избирательных кампаний.

В современных избирательных кампаниях политическая коммуникация между кандидатом и электоратом, помимо традиционных форм, осуществляется в социальных сетях. Данный тип коммуникации использовался кандидатами на пост губернатора Санкт-Петербурга в избирательной кампании 2019 года. В Санкт-Петербурге самой популярной для обмена политической информацией между кандидатом и избирателем оказалась сеть ВКонтакте. Коммуникативное взаимодействие кандидата и избирателей в виртуальной реальности чаще всего протекает посредством обмена символами и идеями на личной странице кандидата. Так устанавливаются новые связи и смыслы в политическом пространстве. А. Д. Беглов, кандидат, который активнее остальных использовал социальные сети в период предвыборной кампании, набрал большинство голосов и одержал победу на выборах. Помимо традиционных форм агитации и пропаганды (теледебаты, агитационные материалы аудиального, текстового, графического и видео форматов) штабом Беглова использовались социальные медиа. Для оценки активности в социальных сетях и конструирования имиджа кандидата был проведен качественный и количественный контент-анализ публикаций, размещенных на личной странице ВКонтакте [5] в период с 25 мая 2019 года по 8 сентября 2019 года. Данный временной промежуток был выбран исходя из того, что именно 25 мая А. Д. Беглов официально объявил о решении выдвигать свою кандидатуру на пост губернатора, верхняя граница исследования – дата проведения выборов, 8 сентября. Проведенный контент-анализ публикаций, размещенных на официальной странице ВКонтакте, позволяет выстроить повестку дня, которая, в свою очередь, позволяет выявить наиболее освещаемые тематические блоки. Личная страница А. Д. Беглова ВКонтакте формирует специализированный контент политического характера, поскольку освещаются общественно значимые факты, вопросы, проблемы региональной повестки. Исходя из выделенных в ходе исследования доминирующих тем, следует, что повестка смещена во внутригородские процессы. Санкт-Петербург предстает как гармонично развивающийся город (имеющий достойную экономическую базу и бюджет), с налаженным аппаратом управления и контроля над городскими проектами в виде правительства СПб.

Что касается длительности и частоты применения социальной сети губернатором Санкт-Петербурга, то можно выделить несколько особенностей. Запись от 22 июня 2019 г. на странице Беглова содержит информацию о том, что прошло 3 месяца с того момента, как он завел страницу ВКонтакте. Отсюда следует, что на данной платформе он является новичком. Однако, несмотря на это, наибольшую активность в социальных сетях проявлял именно ВКонтакте, поскольку, по его мнению, ВКонтакте является брендом города. Скорее всего, это отсылка к создателю данной социальной сети, который также является уроженцем Санкт-Петербурга. Официальных страниц в других сетях не имеет. Кроме этого, губернатор пишет о том, что эта страница предназначена, прежде всего, для мониторинга рабочими комитетами комментариев, оставленных пользователями сети. Предполагалась, что в будущем будет представлена статистике обращений, зарегистрированных в сети. Публикация записей на стене в период избирательной кампании происходила в среднем раз в три дня, но по несколько записей. Большинство записей сопровождалось фотографиями губернатора, на которых он занимается рабочими вопросами. Чаще всего это выездные фотографии, в сопровождении с чиновниками, рабочими, представителями профессий, на которые направлена работа или с обычными жителями (в том числе дети и пожилые люди). Характеризовать страницу А. Беглова можно следующим образом: лексика умеренная, еженедельные записи об итогах рабочей недели создают ощущение размеренности и стабильности, показывают значимость и роль личности в данном процессе.

Таким образом, проведенный контент-анализ позволяет сделать вывод о том, что социальная сеть достаточно активно использовалась данным политиком в ходе предвыборной кампании несмотря на то, что активной агитации на странице не наблюдается. Учитывая исходную позицию кандидата, а в период предвыборной кампании он занимал должность врио СПб, освещение наиболее значимых для обычного жителя проблемных зон города и результаты работы по ним представляется наиболее рациональным контентом. Более того, социальная тематика, на которую так же был сделан акцент (образование, здравоохранение, транспорт), – это та сфера, которая заинтересует и привлечет избирателя из любой социальной группы. Это в свою очередь поможет расширить электорат, что является основной целью любой избирательной кампании.

Также нужно обозначить политический имидж, который выстраивается на базе контента, используемого в сети. Имидж политика складывается из ряда характеристик, которые в свою очередь создают целостный образ. Именно хорошо отобранные характеристики формируют успешный имидж политика [6, С.174-175]. Фигура Беглова балансирует между следующими типами лидерства: лидер-пожарный (реагирует на насущные требования времени) и лидер-торговец (признания добивается пониманием потребностей избирателей и желанием их удовлетворить). При обращении к пользователям сети автор часто употребляет смысловые конструкты «петербуржцы-друзья-подписчики (дорогие и уважаемые)» и подчеркивает, что «важно и необходимо учитывать мне-

ние жителей при принятии решений». Таким образом, осуществляется попытка установления доверительных отношений, отношений союзников, имеющих общую цель: «процветание любимого города, Санкт-Петербурга». Однако следует более детализировано обозначить специфику конструирования имиджа политика. Доминирующие тематические блоки используемого в социальной сети контента условно можно разделить на две группы. Первая группа – это записи, посвященные рабочим поездкам и проектам, развитию города. Ко второй группе можно отнести записи о культуре и истории города, а также публикации о проводимых светских мероприятиях. Исходя из этого, выстраиваются два образа политика. Первый образ – хозяйственник и спасатель. Этому способствуют все записи о ведущихся строительствах и ремонтах, открытие новых станций метро, поликлиник, садов и т. д. Более того, к этому образу и привязана профессия политика – строитель. Данный образ был хорошо проработан зимой, до начала предвыборной кампании. Тогда мем «Лопата Беглова» был популярен в просторах интернета, также использовался некоторыми торговыми сетями. Второй образ – образ светского и утонченного человека. Записи об истории города, его культурных достопримечательностях, известных поэтах и выдающихся жителях, а также освещение современных культурных и светских мероприятий, формируют образы интеллектуала и интеллигента. Обозначенные образы хорошо встраиваются в сетку восприятия Санкт-Петербурга как культурной столицы. Помимо этого, детальное освещение работы и посещаемых мероприятий, высказывание личной позиции по ряду вопросов, а также фото с обычными жителями города, представляют личность кандидата как открытую и готовую к диалогу с рядовыми жителями. Беглов предстает пользователям сети как утонченный хозяйственник, который быстро решает возникающие проблемы, при этом учитывая мнение обычных жителей. Обозначенные компоненты имиджа транслировались на личной странице кандидата ВКонтакте, определенным образом репрезентовали личность политика. Более того, платформа использовалась как канал обратной связи, о чем открыто объявлял и сам Беглов. На странице множество подписчиков, комментариев, лайков и репостов. Остальные социальные сети целостной картины по восприятию лидера не сформировали, так как официальных страниц там нет, а существующие воспринимаются крайне фрагментарно, поскольку существуют во множественном числе и рассчитаны на определенные социальные группы.

Подводя итог стоит отметить, что основным способом установления связи с пользователями сети, который использовался кандидатом А. Д. Бегловым стали публикации записей на стене личной страницы ВКонтакте. Кроме этого, большую популярность в социальных медиа политик обрел благодаря трансляции мема «Лопата Беглова», который часто вспоминали и в период избирательной кампании. Можно говорить, что данная форма пиара во многом привлекала интерес к кандидату в интернет-среде, что обеспечило ему дополнительные голоса и победу на выборах. Имидж Беглова сформировался путем

расстановки акцентов на определенные темы, стилем ведения страницы и используемой лексики. Контент личной страницы сформировал определенный образ и смыслы для пользователей сети (потенциальных избирателей). Однако, исследование применения социальных сетей в предвыборной кампании такого региона как Санкт-Петербург (который является передовым в России) показывает, что в глобальном плане говорить об активном использовании социальных сетей в России в политических процессах пока рано.

Список использованных источников:

1. Беглов А. ВКонтакте. URL: https://vk.com/a_beglov (дата обращения: 22.04.2020).
2. Гофман И. Представление себя другими в повседневной жизни человека / пер. с англ. А. Ковалева. – М.: Канон-пресс-Ц, Кучково поле, 2000. – 304 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2000. – 608 с.
4. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / отв. ред. А. В. Морозов. 2-е изд., испр. – М.: Рефл-бук: Ваклер, 2000. – 622 с.
5. Шарков Ф. И. Политическая коммуникация в современном информационном обществе // PolitBook. – 2012. – № 2. – С. 121-130.
6. Щербинина Н. Г. Конструирование виртуальной реальности и героический брендинг политического товара // Политический маркетинг. – 2009. – №2. – С. 34-57.

МОЛОДЕЖНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ В ИНТЕРНЕТЕ: СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Феофилактов Д. Д., студент

Научный руководитель – Шарова В. Л., к. полит. н., доцент
Государственный академический университет гуманитарных наук
dimitrijfeofilaktov@gmail.com

Говоря о политике в XXI веке, нельзя обойти стороной такой фактор, как интернет. Ныне интернет – один из основных способов передачи информации, который является свободным пространством, чаще всего вне области государственного суверенитета. Этот фактор предоставляет пользователям реализовывать свои интересы, в том числе политические. Всемирная сеть создаёт возможности для активного взаимодействия граждан и их консолидации вокруг какой-либо задачи или личности, обозначающей некую задачу. Не только индивиды, но и политические организации, в том числе партии, могут использовать интернет как площадку для агитационной деятельности. Особый интерес в этой связи представляет влияние подобной деятельности на молодёжь и формы её консолидации.

Всемирная сеть является пространством коммуникации, позволяющим игнорировать географическую разницу между пользователями. Это и многие другие достоинства интернета обусловили резкие темпы роста числа пользователей – от 400 тыс. в 2000 году до 4 млрд. в 2018 году [1]. Понимая важность коммуникативной ценности Всемирной сети ещё в 2001 году ООН декларировала, что доступ в интернет является неотъемлемым правом человека, а обеспечение граждан интернетом – одна из ключевых задач каждого государства [2].

Получая доступ к любой точке планеты, пользователь также получает доступ к огромному массиву информации. При этом получение этой информации практически не требует временных затрат, в силу чрезвычайно высокой скорости обмена данными. В отличие от других форм коммуникации, таких как телеграф и почта, интернет позволяет вступать в акт коммуникации не зависимо от местоположения пользователя и практически не зависимо от условий, в которых он находится. Предоставляемая таким образом свобода взаимодействия позволяет людям организовываться для решения каких-либо задач или вокруг тем обсуждения и интересов.

Воплощение такого рода организации можно увидеть в краудфандинговых платформах. Они позволяют собирать деньги для реализации проектов, а также предоставляют пользователю принять непосредственное участие в создании продвижении проектов. Отдельного внимания заслуживают электронные петиции, позволяющие выдвигать на повестку для определённые темы, консолидировать вокруг них людей и выражать тем самым гражданскую позицию какой-либо группы населения. Подобные сервисы создают пространство для солидаризации граждан в социальном и политическом контекстах.

Являясь качественно новым пространством для коммуникации, предоставляющим широчайшие возможности индивиду для самореализации и выражения персонального поля смыслов, интернет становится драйвером развития отношений между жизненным миром и системой [3]. Изменившийся характер взаимодействия, создавший больше возможностей для участия в дискурсе и в совместной деятельности, приводит к формированию нового типа коммуникативной рациональности. Это изменение находит своё отражение в преобразовании жизненного мира человека, и в силу высокой скорости и интенсивности обмена информацией в сети. Практически незамедлительно выражается в отношениях с системой. В случае возникновения конфликта между этими элементами общественной организации возникает потребность в поиске новых форм индивидуального или коллективного выражения. Характерным примером такой новой формы является политическая и социальная организация пользователей в интернете.

Стремительная скорость появления интернета обусловила специфические социологические свойства основной массы пользователей. За время существования интернета появилось целое поколение, привыкшее к повседневной коммуникации в сети. Этим, в частности, обуславливается тот факт, что

основные пользователи интернета молодёжь. Так, в России в 2019 году количество пользователей среди подростков (16-19 лет) составило почти 100 % от общего числа, в категории 20-29 показатель находится на 97 %. При этом необходимо учитывать, что средний возраст пользователей интернета постепенно растёт. Среди основных причин этого роста называют постепенное взросление интернет-аудитории, в том числе людей некогда бывших в более младших группах [4]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что всемирная сеть будет постепенно покрывать все возрастные страты.

Однако следует акцентировать внимание на молодёжи, так как её представители уже являются носителями новой коммуникативной рациональности. Новые привычки взаимодействия разительно отличают молодое поколение от иных возрастных страт, что также свидетельствует о формирующемся запросе на иные формы социально-политической организации. Характерными примерами этой потребности является высокий спрос среди молодёжи на дискуссионные площадки в интернете, а также возрастающий интерес к различным формам проявления гражданской позиции в сети. Имея возможность активного обсуждения и выражения собственных взглядов, молодые люди активно взаимодействуют между собой, находят единомышленников и вступают в различные социальные группы. Подобного рода солидаризация становится почвой для выдвижения и продвижения различных инициатив, которые позволяли бы удовлетворить потребность молодёжи в осмысленном действии. Чаще всего полем деятельности подобных проектов становятся те сферы общественной и политической жизни, в которых государство и общество, по тем или иным причинам, представлены в недостаточном виде. При этом имеет значение не реальное присутствие этих акторов в проблемных сферах, а представление молодёжи о характере и достаточности этого присутствия. Определённая степень негативности и даже радикальности этого представления может быть объяснена ценностно-рациональным конфликтом между системой, представляющей иной тип рациональности, и жизненным миром молодых людей.

В современных условиях конфликт между новой коммуникативной рациональностью и системой может иметь различные сценарии разрешения, представленные различными историческими прецедентами.

Так, королева Елизавета II стала первым монархом в истории Великобритании, церемония коронации которого проходила по телевидению в прямом эфире. Этот шаг позволил каждому желающему увидеть то, что ранее было доступно немногим приближённым к королевской семье. Однако, несмотря на это, институт монархии подвергся критике со стороны прессы. Зачинателем этой критики являлся представитель малоизвестной газеты «National and English Review» барон Олтринчем. Издатель обвинил Елизавету в неестественности, а её речах увидел высокомерие по отношению к народу Великобритании. Он не отрицал важность британской монархии, но утверждал о необходимости её модернизации. Этот конфликт был окончательно

разрешён после первого в истории Соединённого Королевства рождественского телеобращения, которое на данный момент является ежегодной традицией.

Телевидение также было применено на дебатах во время президентской кампании 1960 года в Соединённых Штатах Америки. На тот момент борьба за пост президента происходила между сенатором от Массачусетса Джоном Кеннеди и вице-президентом Ричардом Никсоном. И если первый выглядел уверенным, то второй выражал явное беспокойство. Он постоянно менял свою позу и вытирал пот с лица, а также отказался от грима, в результате чего его лицо казалось очень бледным и сливалось с пиджаком. В результате президентской гонки страну возглавил Кеннеди.

Однако наиболее примечательным в контексте рассуждения о новой коммуникативной рациональности будет пример итальянского «Движения пяти звёзд». Это движение зародилось в интернете и платформой ему послужил блог, созданный Б. Грилло в 2005 году. Эта площадка является местом активных дискуссий по основным проблемам итальянского общества, и носит протестный характер [5]. Именно этот блог устроил масштабный митинг «V-Day», участники которого собирали подписи в поддержку законопроекта о лишении депутатов, избранных на более чем второй срок и имеющих судимость, полномочий.

Среди главных пяти задач, от чего и произошло название Движения, числится доступ к интернету. Интернет является основой функционирования Движения, и оно это регулярно подчёркивает, фактически являясь политической партией оно отрицает свою причастность к партократии, как назвал Грилло политическое устройство Италии. Любой совершеннолетний гражданин может вступить в Движение при помощи интернета, при этом финансовое обеспечение Движения осуществляется при помощи краудфандинговой платформы [5].

В 2018 году политическая сила, созданная Грилло, получила 32,7 % голосов, и приняла ключевое участие в формировании правительства. Таким образом, движение, зародившееся в интернете, заменило собой традиционные партии, что можно охарактеризовать, как замену устаревшего способа ведения политики, не соотносившегося с воззрениями населения.

В заключение можно сказать, что количество молодёжных и социальных инициатив в интернете будет расти, вследствие закономерной потребности молодых людей в новой форме деятельности и самовыражения. В этой связи важной задачей государства станет адаптация к новым формам гражданской консолидации и удовлетворение формирующегося в молодёжной среде запроса на новые формы гражданского вовлечения в решении отдельных вопросов социально-политического значения.

Список использованных источников:

1. Нагирная А. В География Интернета и вопросы информационной безопасности // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2018. – Т. 4 (14). Вып. 4. – С. 44-52.

2. Frank La Rue Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression // UN General Assembly Human Rights Council 17th session. – 2011. – 16 May. – 22 p.

3. Хабермас Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма // THESIS. – 1993. – Вып. 2. – С. 123-136.

4. Цифровое правительство 2020. Перспективы для России. URL: <http://www.iis.ru/docs/DigitalGovernmentRussia2020RUS.pdf> (дата обращения: 14.11.2020).

5. Маслова Е. А. Евроскептицизм и популизм в Италии: пример «Движения пяти звезд» // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2017. – Т. 10. № 1. – С. 141-157.

БЛОГЕРЫ КАК СРЕДСТВО МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В XXI В.

БЛОГЕРЫ И ИХ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ XXI В.

Зубрикова М. А., студент

Научный руководитель Чирун С. Н – д. полит. н, доцент

Кемеровский государственный университет

shegm@bk.ru

Современное медиaprостранство неустанно пополняется новыми технологиями. Ключевым звеном в этом процессе является Интернет. Продуктом современного сетевого пространства стала новая форма медиа – блог.

В XXI веке конкуренцию классическим средствам массовой информации составили не только онлайн-публикации, мультимедийная журналистика, но и блоги (социальные сети, в том числе Facebook, Twitter, Instagram).

Оксфордский словарь (Oxford American Dictionary) определяет блог как сайт, который содержит дневник или журнал по определенной теме, а в словаре Колинс Кобилт (Collins Cobuild Advanced Dictionary) блогом называется сайт, на котором отдельные авторы (группа авторов) осуществляют постоянно продолжающуюся подачу информации. Российский исследователь Мария Панюшева рассматривает блоги, как альтернативу СМИ [1].

Основной особенностью блогов является то, что создавать и публиковать тексты в них может любой пользователь, у которого есть устройство с выходом в интернет. Чтобы иметь собственный блог, не нужно быть профессиональным журналистом. У каждого блога, как и у СМИ, есть своя публика, свои читатели. Записи в них обновляются, как правило, регулярно. «За последние 15 лет к традиционным СМИ (газетам, радио, ТВ) и видам коммуникации (телефон, телеграф, почта) добавились новые (интернет-СМИ, мобильные СМИ) и новые виды коммуникации – блоги, мобильные телефоны и т. д.» [2, С. 35].

Блог, это прежде всего, сайт, площадка в интернете, персональная страница, на которой каждый её посетитель может включиться в ту или иную дискуссию, выступать, как своего рода, журналист.

Как отмечают исследователи, «наиболее современная тенденция – не просто интерактивный контент (контент, который можно «организовывать под себя»), а размещение на сайтах традиционных СМИ площадок для общения сотрудников редакции с читателями (блогов), а также постепенное разбавление материалов, подготовленных профессиональными журналистами, контентом, созданным самими пользователями и присланным в редакцию» [2, С. 23].

Есть мнения и о том, что блог – это некая «домашняя страница» своего автора (это подчеркивает его частный характер). Однако, как только запись

опубликована, она становится доступной для многих читателей, способных ее комментировать.

В целом же блогам, как правило, свойственны следующие черты:

- в них высказывается личное мнение;
- у них один автор, редко встречаются «групповые» блоги;
- механизм на сайте подразумевает возможность комментирования;
- заметки (посты) в них располагаются, как правило, в хронологическом

порядке.

Блогеров, имеющих от нескольких сотен тысяч читателей и более, называют «блогерами-полумиллионниками» или «миллионниками». Дневники таких блогеров наиболее схожи со СМИ, так как они имеют свою, относительно широкую, аудиторию и распространяют информацию. Именно поэтому таких блогеров называют «лидерами мнений». В связи с этим стоит отметить, что заметки таких «инфлюенсеров» порой способны вызывать огромный общественный резонанс, а их блоги при этом служат своеобразной альтернативой сетевым масс-медиа.

Отличить блог от СМИ можно по цели, которую преследуют авторы.

У СМИ, как правило, цель – привлечь как можно больше посетителей, для которых и формируется картина дня, публикуются свежие новости. СМИ информирует и просвещает аудиторию.

У блогера же нет такой цели – в большинстве случаев он просто высказывает свое мнение по различным вопросам, не всегда важным, а понятным лишь ему одному или его друзьям. При этом не стоит недооценивать и тех блогеров, которые уделяют особое внимание важным для общества вопросам.

Стоит отметить и значение блогов для политической жизни государства в целом: если официальные СМИ отражают преимущественно позицию издания, то блогеры представляют не только свое личное мнение, но еще и мнение своих подписчиков – «народное».

На сегодняшний день в отечественной сфере медиа наметилась своего рода конкуренция между интернет-СМИ и блогами. На первый взгляд, и те и другие занимают разные ниши в электронной среде. При этом их пути часто пересекаются. Масс-медиа нередко сами пользуются блогами в качестве источников информации, а те, в свою очередь, могут содержать некоторые сообщения СМИ. Часто бывает так, что первыми о важных событиях рассказывают в своих блогах пользователи, и уже только после этого информация появляется в СМИ. Блоги сегодня становятся альтернативой традиционным СМИ, зачастую сообщая информацию, которую трудно найти у обычных журналистов. Кроме того, блог позволяет сочетать различные среды – видео, аудио, визуальную и текстовую, являясь в политике выражением одной из постмодернистских форм политического участия [3, С. 248]

В разных странах существуют различия в принципах построения блогосферы. Так, например, в США, блогосфера, в большей мере представляется

как основная площадка для развития гражданской журналистики. И существует версия, что понятие гражданской журналистики появилось благодаря развитию блогосферы.

По мнению американских авторов, каждый блогер может «совершать журналистику» когда описывает событие, свидетелем которого он стал. Все больше новостей, с которыми сталкиваются американские читатели, передаются через личные блоги.

Топовые американские блоги представляют собой различные сферы общественной жизни и посвящены политике, финансам, технологиям, гаджетам, знаменитостям, моде и веселым картинкам. Их особенность – это то, что их большая часть является коммерческими предприятиями, которые нацелены на получение прибыли. Следовательно, есть необходимость учета интересов аудитории и жесткая ориентация на читателя, стремление предложить свежую оригинальную новость, которой нет у конкурентов.

Несмотря на то, что блоги имеют много схожего со СМИ, одним из явных отличий является язык стилистики. Язык блогера богат жаргонизмами, распространенными в интернете, сетевыми неологизмами. В то время как СМИ – должны тяготеть к литературному языку. Так же блог не должен в обязательном порядке быстро и остро реагировать на социальные или политические вопросы, или информировать о них свое сообщество.

В свою очередь, блоги, как и СМИ имеют ряд общих признаков:

- периодичность;
- наличие собственной аудитории;
- массовое распространение информации.

В целом СМИ являются социальным институтом общества, обслуживают его интересы – информируют, просвещают, развлекают. Развлечение общества при этом предполагает определенный уровень ответственности перед социумом. А любой блог создается и наполняется контентом, прежде всего, в интересах самого автора. И если СМИ обязаны проверять достоверность полученных данных, потому что распространение ложной информации влечет к ответственности перед законом, то блогеры в этом смысле гораздо «свободнее» - обязать их проверять информацию невозможно и привлечь к ответственности физическое лицо гораздо сложнее.

Вопрос «является ли блог СМИ?» тревожит не только самих блогеров, но и редакторов СМИ, журналистов, а также и государственных лиц разных стран. На сегодняшний день нет отдельного закона, который бы был посвящён исключительно ведению блогов. Сами же блогеры, по большей части, не согласны с тем, что блог является частью системы СМИ [4].

В последнее время блоги очень популярны у политических деятелей. В России этот «тренд» ввел Дмитрий Медведев. Заняв пост президента, он зарегистрировался во многих социальных сетях, публикуя в заметках свои мысли.

Во время последней предвыборной кампании кандидаты в президенты США Дональд Трамп и Джо Байден использовали свои блоги для общения с

гражданами. Публиковали свои речи и излагали мнения по различным вопросам. Эти данные использовались СМИ в своих целях. Таким образом, можно считать, что официальная страница Facebook считается источником информации.

Несмотря на то, что блогосфера на сегодняшний день активна и продолжает развиваться, при этом частично выполняет функции, которые схожи с журналистскими, назвать блоги полноценными СМИ в профессиональном плане – нельзя. В основном, из-за различия в целях и задачах. Блоги ведутся авторами и по их личной инициативе, на темы, которые сами авторы считают актуальными, а действия СМИ направлены на обслуживание интересов политических акторов и бизнес-структур. Но, несмотря на ряд сходств и отличий, взаимодействие блогов и СМИ очень важно, поскольку и те и другие оказывают существенное влияние на общественное мнение и сознание.

Список использованных источников:

1. Панюшева М. М. Блогосфера: традиционные сми vs нетрадиционные –URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2010/4/blogosfera-traditsionnye-smi-vs-netraditsionnye/> (дата обращения: 01.11.2020).

2. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. – М.: Аспект Пресс 2010. – 200 с.

3. Чирун С. Н. Молодёжная политика в ситуации постмодерна. Модели, механизмы, риски. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 524 с.

4. Блоги как главная альтернатива СМИ в XXI в. URL: <https://anticor-21.livejournal.com/30084.html> (дата обращения: 01.11.2020).

ТРАНСФОРМАЦИЯ И РОЛЬ БЛОГЕРОВ КАК СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В XXI в.

Ковальшин И. В., магистрант

Научный руководитель – Митин А. А., к. полит. н., доцент

Кемеровский государственный университет

ivankovalyshin@yandex.ru

В XXI веке человечество переживает настоящий «глобальный потоп». Официальные средства массовой информации не справляются с постоянно растущими потребностями общества. Люди хотели бы как видеть и слышать альтернативную точку зрения, так и иметь возможность высказываться самим. На наш взгляд именно поэтому такое явление как «блогер» стало популярным в обществе. Кто такой блогер?

Блогер – это тот, кто ведёт собственный блог или тот, от чьего имени ведётся блог. Опытный, активный человек, который создаёт собственный контент в сети интернет [1, С. 45]. Данное определение распространено в сети интернет и носит обыденный характер.

В юридическом пространстве Российской Федерации деятельность блогеров контролируется Федеральным законом от 1 мая 2014 года N 97-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты РФ по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей», в котором даётся чёткое определение блогера. Блогером, согласно закону, считается владелец Интернет-сайта или страницы Интернет-сайта, на которых размещается общедоступная информация и доступ, к которым в течение суток составляет более трех тысяч пользователей. В законе отмечается, что блогер имеет право свободно искать, получать, передавать и распространять информацию любым законным способом, а также излагать в своем блоге свои личные суждения и оценки с указанием своего имени или псевдонима. Допускается также распространение в своем блоге рекламы на возмездной основе в соответствии с гражданским законодательством и законом о рекламе [2, С. 2].

По мере закрепления деятельности блогеров в законодательстве происходит трансформация из увлечения в профессию. Блогеры работают над созданием контента, и зарабатывают на рекламе, платят налоги.

Влияние блогеров в сфере массовой информации с каждым годом только возрастает. Каждый блогер ориентируется на мнение своей аудитории. В результате взаимодействия с блогосферой человек, чувствует себя человеком, ведь он может поставить «лайк» или «дизлайк», написать комментарий которой окажет воздействие на самого блогера. В отличие от обычных СМИ, блогосфера даёт возможность моментальной обратной связи и чувство значимости, что является решающим фактором для человека при выборе источника получения информации.

Но дело не только в том, что средства массовой информации, созданные в прошлом веке, не в состоянии удовлетворить в полной мере потребности населения в информационном обеспечении, есть и другие причины. Телевидение, газеты, радио и другие СМИ, которые финансируются из федерального бюджета, и именно поэтому имеют склонность освещать те или иные события «под определённым углом». Проявляя солидарность режиму провластные СМИ могут создать информационный вакуум.

Так было в Башкирии. БСК «башкирская содовая компания» решила приступить к разработке Шихана Куштау. На защиту памятника природы поднялись эко-активисты. Официальные СМИ республики намеренно не освещали протесты, а сотрудники МВД установили на горе специальное оборудование, блокирующее доступ в интернет. Прорвать информационную блокаду смог Блогер Рустам Саловатов, он снимал противостояние активистов и силовиков затем прорывался в «зону свободного интернета» и выкладывал фото и видео с места событий. Вслед за Рустамом другие блогеры стали в ежедневном режиме освещать ход событий. В результате о том, что происходит в Республике Башкирия Ишимбайском районе узнала вся страна, общественность осу-

дила действия БСК, МВД, и органов местного самоуправления. Благодаря блогерам долго удерживать информационную блокаду власть не смогла. Люди были проинформированы и встали на защиту шихана. Как итог «Куштау будет жить!!!» [3].

Таким образом, блогеры являются перспективным средством массовой информации. Их влияние в разных сферах общественной жизни только возрастает. У общества появилась альтернатива в способах получения информации. Блогеры дают людям возможность участвовать в процессе обмена информацией. Блогеры должны быть разными, и их должно быть много.

Список использованных источников:

1. Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 1998.

2. Федеральный закон от 5.05.2014 N 97-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты РФ по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей». URL: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/33472.html/> (дата обращения: 20.10 2020).

3. Страна и мир. URL: <https://ufa1.ru/text/world/69449553/> (дата обращения: 10.10.2020).

БЛОГЕРЫ КАК АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦИОННЫМ СМИ

Кузюра И. О., студент

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор

Кемеровский государственный университет

[Ilya_kuzyura@mail.ru](mailto:ilya_kuzyura@mail.ru)

Согласно данным американской исследовательской компании «Edelman» в ежегодном рейтинге доверия к официальным СМИ «Edelman Trust Barometer 2019» Россия заняла последнее место. Уточняется что средствам массовой информации в нашей стране доверяют всего лишь 26 % опрошенных [1].

Из отечественных социологических исследований, стоит обратить внимание на итоги опроса Фонда «Общественное мнение», проведенного 17-18 ноября 2018 года. В рамках исследования социологи опросили 1,5 тыс. респондентов из 104 населенных пунктов в 53 регионах России. Согласно итогам опроса, если 31 января 2016 года государственным СМИ доверяли 65 % опрошенных, то в опросе 2018 года такое мнение выразили 47 % опрошенных. В то же время доверие к негосударственным СМИ за тот же период выросло почти в два раза с 13 до 25 % [2].

Приведенные данные можно оценивать по-разному и делать соответствующие выводы, но очевидным фактом остается то, что уровень к СМИ в России крайне низок.

Для рассмотрения феномена блогеров как СМИ, для начала следует дать ответ на вопрос: «Какие критерии существуют для возникновения доверия к СМИ?»

Можно сформулировать 3 основных критерия для оценки деятельности СМИ:

1. объективность – новость подается с точки зрения имеющихся фактов без искажения действительности.

2. непредвзятость – отсутствие личной заинтересованности в подходе к освещению события.

3. достоверность источников получения информации – использование для освещения события объективных источников информации.

Критерий объективности тесно связан с непредвзятостью, ведь чтобы выгоднее подать информацию с необходимой точки зрения для начала нужно исказить факты произошедшего события.

С объективностью у отечественных государственных СМИ существуют определенные проблемы. В качестве примера приведем недавно произошедший инцидент, когда во время прямого эфира программы «Полный контакт» российский телеведущий Владимир Соловьев показал зрителям кадры сражения в Нагорном Карабахе. Как он сам отметил, видео больше похоже на «Звездные войны». И действительно, те кадры не имели к реальным боевым действиям никакого отношения. Выданное в эфир федерального телеканала – запись геймплея из игры «Arma 3» [3].

В негосударственных СМИ дела обстоят лучше, искажение действительности встречается не так часто.

Критерий непредвзятости при рассмотрении государственных СМИ также вызывает вопросы. Новость освещается с точки зрения или даже идеологии того, кто ее освещает. В негосударственных СМИ ситуация обстоит лучше, однако и здесь имеют место быть прецеденты необоснованной критики власти, а также лоббирования интересов отдельных лиц посредством публикации в СМИ заказных статей.

Вопрос о достоверности источников получения информации стал особенно актуальным в период пандемии COVID-19. В период с апреля по июнь 2020 г. правозащитная группа «Агора» обнаружила около 200 случаев преследования за фейки о COVID-19, в том числе и среди СМИ. Что позволило выявить проблему использования недостоверных источников в российских средствах массовой информации.

Несоблюдение этих принципов и есть главная причина недоверия россиян к современным СМИ, таким как телевиденье, новостные издательства и прочие.

В данной действительности увеличивается спрос на блогеров как источник массовой информации, ведь если верить опросам ВЦИОМ и Центра социального проектирования «Платформа» уровень доверия к блогерам в период с 2017 по 2020 г. увеличился с 36 до 43 %, что уже позволяет составить конкуренцию традиционным СМИ. На деле же фактический рейтинг доверия к блогерам значительно превосходит официальную статистику, ведь в представленных опросах участвовали россияне, достигшие совершеннолетнего возраста, а лояльность и доверие к блогерам среди лиц младше 18 лет существенно выше.

Для начала необходимо дать характеристику понятию «блогер», а также разобраться какая у него должна быть минимальная аудитория, чтобы считать его СМИ.

В научном сообществе существует множество определений понятия «блог». Блог – это сетевой журнал с короткими записями; ссылка на место в сети, содержащая субъективный комментарий. То есть, блог – это интернет-ресурс, выступающий в качестве персональной страницы в интернете [4], где у владельца блога есть возможность выразить свое мнение по интересующему его вопросу и вступить в дискуссию с интернет-пользователями данного блога.

Получается, что блогер – это человек, имеющий свой личный интернет-ресурс (сайт, ютуб канал, аккаунт в социальной сети и пр.) и активно выражающий свое мнение на данном ресурсе посредством производства и размещения контента-блогов.

Согласно Федеральному закону № 97-ФЗ от 5 мая 2014 года (утратил силу), получивший в народе название «закон о блогерах», средством массовой информации можно считать интернет-ресурс (сайт, ютуб блог и пр.) с аудиторией свыше 3000 пользователей в сутки.

Исследовательский холдинг «Ромир» в начале 2020 года представил Рейтинг доверия Ромир в категории Интернет. Россиянам было предложено ответить на вопрос: «Кому из публичных личностей России вы доверяете?». В исследовании приняли участие респонденты, имеющие разные социально-демографические характеристики, покупательские и медиа-предпочтения, а также проживающие во всех регионах нашей страны.

В данном рейтинге прослеживается тенденция роста доверия к тем, кто производит свой собственный уникальный контент.

Как отмечает доктор социологических наук Андрей Милёхин «лидеров рейтинга объединяет одно – это личности, построившее свое имя на YouTube» [5].

Объяснить повышение уровня доверия к блогерам можно восприятием личности современного медиа-кумира. Большинство блогеров в глазах простого пользователя интернета предстают обычными людьми, такими же, как и сам пользователь. Они излагают свои мысли на схожем с их целевой аудиторией языке, то есть используют неофициальную, можно даже сказать повседневную манеру речи в своих диалогах, если мы говорим, например, о сов-

местных видео с другими блогерами (коллаборациях) или монологах, являющихся более распространённым видом контента (пост в социальной сети или стандартное разговорное видео).

Зачастую, в речи блогеров можно выделить следующие особенности:

1. отсутствие терминологии не знакомой обычному обывателю;
2. использование, а также нередко, популяризация мемов и сленга при общении с пользователями блога;
3. использование ненормативной лексики.

Соблюдение всех этих факторов позволяет достичь максимального взаимопонимания среди блогера и его подписчиков и косвенно увеличивает охват аудитории, что способствует усилению интереса к данному медиа деятелю, ведь большинству людей куда проще выстраивать коммуникации с теми, кто общается на понятном для них языке.

После того как, было дано определение понятию блогер, обозначена аудитория для классификации блогера как СМИ и был выявлены причины их популярности среди масс, следует дать ответ на главный вопрос данной статьи – могут ли блогеры стать альтернативой СМИ?

Для ответа на этот вопрос, следует обратиться к вышеизложенному списку критериев оценки СМИ и согласно ему, дать характеристику деятельности популярных блогеров, чей основной контент это – освещение событий и высказывание собственного мнения о них.

Принцип объективности следует объединить с критерием достоверности информации, ведь именно из-за недостоверных источников информации, некоторых блогеров можно назвать необъективными. Это связано прежде всего с двумя проблемами:

1. Собственным нежеланием блогера проверять информацию на подлинность, ведь, тот же видеоролик часто содержит в себе несколько новостей и если при освещении крупного события информация действительно берется зачастую из авторитетных источников, то при затрагивании более локальных событий информация может быть использована без тщательной проверки или просто взята с другого популярного информационного источника. Чаще всего эта проблема возникает даже не в самом видеоролике, а, например, в официальном сообществе блогера в социальной сети, куда блогер выкладывает новости, недошедшие в ролик.

2. Стремление блогера рассказать и дать оценку событию как можно быстрее для последующего набора популярности за счет актуальности и известности события. Нередко блогеры подвергаются критике за то, что дают оценку событию, основываясь на данных, не подтвердивших свою подлинность, так как официальная версия произошедшего еще не была представлена.

Самым известным случаем искажения фактов является оценка произошедшей в 2018 году трагедии в ТЦ «Зимняя вишня», когда большинство популярных блогеров, утверждало, что количество погибших превышает официальную статистику в десятки раз, основывая свои утверждения на данных, которые впоследствии оказались ложными.

Что же касается непредвзятости, то именно ее отсутствие является главной причиной недоверия к блогерам.

Иногда, из-за личного конфликта или из-за актуальности темы, блогеры выпускают разоблачения на своих коллег, в которых, как правило, автор старается доказать лицемерие или причастность к тому или иному негативному событию того, на кого было выпущено это разоблачение. В данных видеороликах или постах в социальных сетях все доказательства и аргументы используются лишь для одной цели – доказать, что у «героя» разоблачения присутствует личная заинтересованность в высказывании определенной точки зрения при рассмотрении того или иного вопроса.

Так же, не для кого не будет новостью, что блогеры уже давно вовлечены в политику и используются для агитации молодежи. Политические проекты носят неофициальный характер и блогеры всегда отрицают свое участие в них, однако со временем с помощью просочившейся в сеть информации или простого анализа становится понятна цель того или иного политического проекта и причастность отдельных блогеров к нему. Примером может служить спецпроект информационного портала «Ленты.ру» – «Кто твой кандидат». Целью данного проекта было повышение явки на выборах 2018 года посредством ненавязчивого призыва проголосовать от известных блогеров. Участие в данных проектах связано с материальным вознаграждением, ведь зачастую блогеры, замеченные в них, являются либо аполитичными, либо оппозиционными, что явно противоречит исполнению политического заказа.

В заключение, следует отметить, что хоть и для большинства жителей нашей страны блогеры не воспринимаются как источник массовой информации, все же для некоторых групп людей блогеры уже являются альтернативой СМИ, но именно из-за нарушения вышеупомянутых критериев, а также непрофессионализма отдельных лиц, представляющих блогерское сообщество, феномен блогера как СМИ не способен иметь массовый характер на данном этапе.

Однако, в будущем популярность блогеров будет только увеличиваться, что позволит охватывать наибольшую аудиторию, так же уже можно выделить преимущество некоторых блогеров перед СМИ: блогер способен воспринимать критику и впоследствии не допускать подобных ошибок, во многом благодаря обратной связи между блогером и его аудиторией. СМИ не всегда обладают обратной связью или попросту ее игнорируют, что не позволяет им объективно оценить свою деятельность.

В целом, хоть и на данном этапе блогер не может считаться полноценной альтернативой СМИ, тем не менее, можно точно сказать, что сфера блогинга обладает огромным потенциалом и возможность перехода от традиционных СМИ к блогерам в будущем, зависит от самих блогеров и их реализации себя как средства массовой информации.

Список использованных источников:

1. Вачедин Д. Россияне – лидеры в рейтинге антидоверия к СМИ и бизнесу. URL: <https://is.gd/vdFM0f> (дата обращения: 12.11.2020).
2. Дергачев В., Истомина М. Социологи зафиксировали снижение доверия россиян к государственным СМИ. URL: <https://is.gd/KXaMJd> (дата обращения: 12.11.2020).
3. Панков А. Кадры из видеоигр вместо реальной хроники – как телевидение обманывает зрителей. URL: <https://is.gd/zm0tsK> (дата обращения: 12.11.2020).
4. Муха А. В., Кихтан В. В. Блоги и СМИ: сходства и различия. URL: <https://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=11814> (дата обращения: 12.11.2020).
5. Исследовательский холдинг Romir: кому доверяла Россия в 2019 году – интернет-деятели. URL: <https://is.gd/AwUb8A> (дата обращения: 12.11.2020).

ОСОБЕННОСТИ БЛОГЕРСТВА КАК ИНФОРМАЦИОННОГО РЕСУРСА

Курпатова М. А., магистрант

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор
Кемеровский государственный университет
kurpatova1997@mail.ru

В современном мире одной из самых актуальных и популярных сфер является блогерская сфера. Современная молодежь больше доверяет людям из интернета, чем официальным СМИ.

1 августа 2014 года были приняты поправки в Закон Российской Федерации от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», которые дают блогерам столько же прав, сколько сейчас есть у СМИ.

В последние годы видеоблогеры эволюционировали и стали прямыми конкурентами интернет и традиционным СМИ. Телевидение появилось около 100 лет назад, и стало самым востребованным способом получения информации. Теперь новости можно узнавать, не читая газеты или слушая радио, а с помощью экранов. Но сейчас и телевидению нашелся конкурент – интернет-ресурсы. В интернете можно читать газеты, слушать радио или смотреть новости. Социальные сети вытесняют простое телевидение, сейчас люди отдают предпочтение интернету из-за его доступности [1].

Существует ряд отличий между телевидением и блогерами:

1. Блогер – это один человек, который выкладывает актуальные и интересные для аудитории новости. В отличие от СМИ, для блогеров нет ограничений и цензуры в размещении информации. В то время как СМИ имеет определенный формат и не имеет права выходить за установленные рамки.

2. Еще одной отличительной чертой блогера является его индивидуальность как человека и особый подход к аудитории, в отличие от средств массовой информации, для которых важен формат передачи информации, а не факт взаимодействия и заинтересованность людей.

3. Важное отличие можно увидеть и в статистике просмотров. За день популярный блогер может набрать до 500 тыс. просмотров, в то время как СМИ за такой же временной промежуток накапливают лишь около 150 тыс. просмотров.

4. основополагающим отличием является искренность блогеров. Они выражают, как правило, свои собственные мысли, тогда как телевидение говорит только то, что нам можно слышать.

За долгие годы блоги трансформировались от простого развлекательного контента до альтернативы средствам массовой информации. Сейчас блогосферу можно разделить на пять основных направлений:

- блог как новостной канал;
- политический блог;
- блог как инструмент интернет-активизма;
- образовательный блог;
- корпоративный блоггинг;
- развлекательный блог.

Таким образом, граница между новостными блогерами и журналистами телеканалов и газет становится все меньше. До сих пор остается открытым вопрос о том, можно ли относить блоги к средствам массовой информации или нет [2].

Владельцы блогосферы не называют себя СМИ. Их информация простая и не имеет общих черт с журналистами. При таких обстоятельствах блогеры не попадают под действие закона о СМИ, тем самым избегая ответственности за свою информацию. Журналисты, напротив, убеждены, что блоги имеют общие черты с базовыми характеристиками и функциями средств массовой информации. Вся информация, проходящая через блогеров, сопоставима с информацией официальных СМИ, но между ними, опять-таки, есть существенная разница. В СМИ установлена жесткая цензура с существующими правилами подачи информации: журналистские материалы должны быть высокого качества, преподносимая информация должна быть на 100 % достоверна, при этом она не должна носить оскорбительный характер, чтобы не скомпрометировать конфликт. Эти требования обязательны только для официальных СМИ, для блогеров эти правила не существуют. В блогерских новостях информация имеет специфические черты: она становится массовой потому, что ориентируется на большой охват аудитории. Аудитория, в свою очередь, поддерживает блогеров своими просмотрами, лайками, комментариями и распространением.

Сейчас блогосферу считают одним из средств массовой коммуникации, которая участвует в широком секторе жизни общества. Большинство людей

воспринимают новости и узнают всю информацию через видео, так как у современного человека жизнь проходит в формате «время-деньги», и новость удобнее и быстрее послушать, и посмотреть, чем почитать самому.

Как показывает практика, люди больше доверяют информации, которую предоставляет им тот или иной блогер, чем журналист СМИ. Порой информация официальных СМИ и блогеров может быть одинакова, но высказывания о ней могут быть разные. Как уже говорилось выше, перед информированием людей новость должна пройти цензурный контроль, только после него СМИ может «нести» эту новость в массы. У блогосферы все, наоборот, ту же информационную новость видеоблогер может преподнести «без прикрас», добавив к этому собственное мнение [3].

По мнению экспертов, многие люди до сих пор не различают грани деятельности блогера и не верно ее трактуют, причисляя их к средствам массовой информации. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» фактически наделил блогеров правами и обязанностями в области СМИ (это логично, ведь блогеры и журналисты распространяют информацию). Так, блогер должен строго проверять информацию, которую он доносит до оппонентов, а также размещать рекламу на своих ресурсах.

В связи с этим можно провести анализ и выявить черты сходства и различия блогеров и СМИ. Средства массовой информации являются официальным изданием, зарегистрированными в Законе РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации». Например, сайт СМИ может быть создан в качестве сетевого издания, получившего разрешение Роскомнадзора и свидетельство о регистрации в качестве СМИ. Наряду с этим у блогеров есть возможность включения их в реестр Роскомнадзора, но многие пренебрегают этой функцией, ведь в этом случае ранее свободный блогер официально перейдет в СМИ, контролируемое Роскомнадзором.

Существуют и еще несколько отличий. Для начала, все ссылки, предоставляемые блогерами, не контролируются, и ответственность за распространение недостоверной информации несет только сам блогер. СМИ же несет ответственность за весь информационный поток. В связи с этим, блогеры и журналисты выполняют схожие функции. У журналистов средств массовой информации существуют правила и цензура к их материалу, в отличие от блогеров. Журналист несет ответственность за достоверность информации, за слова и свои статьи, блогосфера здесь имеет приоритет и освобождается от контроля своей информации.

Благодаря блогерству люди имеют возможность найти свое место, хобби, а также приобрести дополнительный доход, занимаясь делом, которое приносит удовольствие. Многие блогеры обладают определенными социальными навыками и харизмой, благодаря чему аудитория быстро проникается к ним симпатией, и с удовольствием принимает предоставляемую информацию. Кроме того, блогер открыт новому, готов упорно и долго работать над развитием своего блога [4].

Как показывает наша сегодняшняя обстановка, не стоит говорить о том, что блогеры становятся заменой журналистов. Блогеры развиваются не только в новостной сфере, но также и в развлекательной, образовательной и культурной, набирая свою аудиторию. У СМИ, в свою очередь, уже сложилась группа оппонентов, которые принимают их информацию и, как показывает практика, это люди за 30 лет, которые не доверяют блогерам младше их по возрасту.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что не стоит преждевременно приравнивать блогерство к средствам массовой информации. Опять-таки, блогеры не имеют дел с цензурой, порой выдают непроверенную информацию. СМИ же, напротив, предоставляет достоверную информацию, неся ответственность за каждый репортаж или статью, имея грани допустимого.

Список использованных источников:

1. Муха А. В., Кихтан В. В. Блоги и СМИ: сходства и различия // Международный студенческий научный вестник. – 2014. – № 1. URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=11814> (дата обращения: 03.10.2020).
2. Горошко Е. И. Интернет-коммуникация: проблемы жанра // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4. – Орел, 2006. – С. 165-175.
3. Андрианова Н. С. Жанры Интернет-коммуникации: о некоторых подходах. URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Natural/Vdpu/Movozn/2008_14/article/3.pdf (дата обращения: 04.10.2020).
4. Блог «Журналист». Чем отличается блогер от журналиста. 20.02.2012. - URL: <http://journalist.ru/chem-otlichaetsya-blogger-ot-jurnalista/> (дата обращения: 04.10.2020).

БЛОГ – СРЕДСТВО МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В РОССИИ XXI в.?

Прусакова О. П., студентка

Научный руководитель – Жестоканов С. М., к. ист. наук, доцент

Санкт-Петербургский государственный университет

olya.prusakovaa@gmail.com

Данная статья посвящена блогерской деятельности в современной системе СМИ и медиа. Цель статьи заключается в выяснении, в чем принципиальная разница между блогером и журналистом и можно ли считать их равноценными.

Блог (англ. blog, от web log – интернет-дневник) – веб-сайт, состоящий из регулярно добавляемых записей, состоящих из текста, изображений или мультимедиа [1, С. 133].

Изначально, блоги создавались как своеобразные дневники, авторы которых ставили своей целью научиться выражать свои мысли, ставить цели на будущее и следить за своим же результатом. Однако сейчас род деятельности

блогеров в их сфере расширился: они высказывают свои мысли на тему актуальных событий и новостей, делятся собственной точкой зрения на тему глобальных мировых проблем, рассказывают о событиях своей жизни, создают тематические статьи и собственные рейтинги в какой-либо сфере (книги, кино, продукция и прочее) [1, С. 135].

Главная характеристика любого блога – открытость и доступность. Зашедший на его страницу «гость» может бесплатно просматривать контент и оставлять комментарии (обратную связь), что делает блоги средой общения в интернете. Артур Вельф отмечает такое преимущество блогосферы, как многочисленность «корреспондентов»: «такую корреспондентскую сеть не может позволить себе содержать ни одно издание», в то время как общество пользуется возможностью получить разностороннюю информацию от разных блогеров, «составляя себе интегральную картину происходящего из многих точек зрения» [2].

В связи с тем, что постепенно блоги тоже стали своеобразными медийными ресурсами, они превратились в конкурентов традиционных СМИ. Но зададимся вопросом: равноценны ли они и могут ли современные массмедиа и блоги быть нацелены на взаимодействие и дополнение друг друга, находясь в едином информационном пространстве?

Первое различие, которое можно провести между традиционными массмедиа и блогами, касается профессионализма и ответственности за доносимую до читателей информацию. Все-таки считается, что блогер может выложить в своем блоге информацию, далекую от фактов, и при этом не подвергаться наказанию и преследованию за это. Проверять факты и гарантировать достоверность информации, которую человек, не зарегистрированный в качестве СМИ в государственном реестре, размещает в социальной сети – его личный выбор, к которому принудить его нельзя. И здесь встает вопрос о границе между личным и массовым, ведь, с одной стороны, человек реализует свое право на свободу слова, гарантированную конституцией страны, но, с другой, может исказить факты и тем самым дезориентировать большое количество людей.

В апреле 2014 г. в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» были внесены изменения, согласно которым блогеры, имеющие более 3000 уникальных читателей в сутки, могли приравниваться к СМИ и соответственно перенимали такие обязанности журналиста, как соблюдение норм и правил предвыборной агитации, нераспространение экстремистских материалов, маркировку своего информационного продукта по возрастным категориям. Однако уже в июле 2017 г., федеральным законом в России отменено действие прежних положений закона 2014 года, так как они вызвали негативную реакцию в блогосфере и в обществе в целом [3, С. 60-61]. Согласно докладу «Экономика Рунета» за 2014 г., более половины опрошенных экспертов отметили, что подобный закон впоследствии окажет лишь негативное воздействие на рынок Рунета [4]. Таким образом, «закон о блогерах», как явление, полностью прекратил свое существование.

Различия блогосферы и журналистики могут быть выявлены и по ряду других параметров: периодичность распространения информации; функции, выполняемые СМИ и блогерами; методы работы и требования к создаваемому контенту [5, С. 3].

Оперативное освещение событий больше относится к задачам СМИ, нежели блогов. Информация в блогах тоже могут регулярно обновляться, но, в отличие от СМИ, это не обязательное условие деятельности блогеров [5, С. 3]. Однако последние, стремясь набрать популярность, стараются как можно быстрее выразить собственное мнение по какому-либо поводу.

К тому же набирает обороты тенденция, при которой некоторые события остаются незамеченными традиционными СМИ или умалчиваются по каким-либо причинам, а блогеры, напротив, привлекают к ним внимание, что отражает еще одно отличие их от журналистов - независимость.

Основной функцией СМИ является создание информационной повестки, то есть формирование тем и событий, на которых следует обратить внимание читателей. В определенной степени блоги также выполняют данную функцию, но они не обязаны отражать весь спектр событий и мнений, важных для аудитории в целом или для конкретных ее представителей [5, С. 4].

Что касается требований к контенту, то отличительной особенностью как журналистики, так и блогосферы можно назвать ее ориентированность на информационные потребности аудитории. Известно, что особенности целевой аудитории являются ключевым фактором при создании контента: при выборе тематики, создании информационной картины дня, способа передачи информации. С момента создания СМИ, а также определенной рубрики или передачи, журналисты определяют свойства своей целевой аудитории, включая социально-демографические и психографические характеристики. Блоги, напротив, могут и не ориентироваться на запросы читателей, ставя на первый план собственные информационные предпочтения. Кроме того, в случае с СМИ важным условием является редакционная политика, тогда как блогер может руководствоваться только собственными соображениями о том, какая информации должна быть в его блоге [5, С. 4]. Однако стоит отметить, что в настоящее время, начинающий блогер, чтобы набрать популярность, в первую очередь создает такой контент, который заинтересует ту или иную группу людей. И в таком случае можно сказать, что блогеры, как и журналисты, нацелены на потребности аудитории.

На рост популярности блогов как медийных ресурсов влияет развитие и распространение социальных сетей. Появляется все больший спрос на прямые live-трансляции, так как у аудитории появляется желание выйти на прямую связь с блогерами через видео. В настоящее время можно заметить, что у последних уменьшается потребность в тяжелой аппаратуре, специальных софтах, обработке на компьютере: достаточно просто включить прямой эфир с мобильного телефона или же снять видео и таким образом запечатлеть момент [6, С. 93]. К тому же подобный способ репрезентации создает личный бренд

для человека, с помощью которого он может либо создавать собственные инфопродукты, либо рекламировать продукцию других ведущих брендов или блогеров.

Приведем примеры двух наиболее популярных ресурсов блогеров. Первый из них – это крупнейшая площадка YouTube, которая имеет аудиторию в два миллиарда человек, что составляет около трети всех пользователей Интернета. Еще в 2018 году YouTube обогнал «Первый канал», «Россия 1» и НТВ по числу пользователей. Instagram – самая известная на данный момент социальная сеть, которая набирает популярность в качестве блогплощадки в стиле «лайф», которая становится для пользователей самой простой для монетизации [6, С. 93].

Подводя итог, стоит отметить, что такой способ медиаформата как блог набирает все большую популярность, что позволяет ему конкурировать с традиционными СМИ. По технологическим возможностям блоги приближены к интернет-СМИ, однако есть существенные различия в способах их создания и подачи ими информации. Пожалуй, самое важное различие между блогами и журналистами кроется, прежде всего, в самоидентификации: СМИ как социальные институты информируют, развлекают и просвещают, блог же в большинстве случаев создается и развивается в интересах автора. Деятельность журналиста складывается из таких ключевых факторов как ответственность перед обществом, соблюдение законодательства.

При этом стоит отметить, что из-за растущей популярности ведущих блогеров довольно часто приглашают на пресс-конференции для журналистов и на официальные события, устраивают круглые столы для них, приглашают вести колонки на сайтах изданий. Все это производится с целью получить от блогеров положительный отзыв о событии или журнале, передаче и т. п.

Блоги, различные веб-газеты и веб-журналы могут считаться СМИ, только если они соответствуют двум критериям: они массовые по числу пользователей и их владельцы желают зарегистрировать свое издание в качестве СМИ [3, С. 60-61]. При этом блогер должен понимать, что в таком случае ему, как журналисту, следует быть объективным, использовать специальные методы сбора и распространения информации, публиковать информацию с определенной периодичностью, а сама информация должна проходить редакционный контроль.

Список использованных источников:

1. Шарова Н. С. Роль блогерской деятельности в современной системе медиа / Новые медиа для современной молодежи: сборник научных статей по материалам III Международной научно-практической конференции; под редакцией Л. Е. Виноградовой, Е. Н. Туголуковой. – СПб., 2019. – С. 133-137.
2. Вельф А. Удовлетворение социального влечения // Деньги. – 2008. – № 40. URL: <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=1038254> (дата обращения: 14.11.2020).

3. Соловьев А. И. Массмедиа и блоги, традиционная и гражданская журналистика: взаимодействие и дополнение друг друга // Синергия. – 2017. – № 5. – С. 59-70.

4. Экономика Рунета: исследование экономики рынков интернет-сервисов и контента в России 2013–2014 / С. Гребенников, Г. Казакулова и др. – М., 2014. URL: <https://d-russia.ru/wp-content/uploads/2014/10/research-economics-2013-2014.pdf> (дата обращения: 14.11.2020).

5. Шерстобоева Е. А., Павленко В. Ю. Тенденции в регулировании российской блогосферы // Медиаскоп. – 2015. – № 4. – С. 9.

6. Соломатин Д. Д., Соловьев В. А. Блогинг как катализатор журналистики в медиасистеме России // Вестник науки и образования. – 2019. – № 14-1 (68). – С. 91-99.

РОЛЬ БЛОГОСФЕРЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Малышева Е. А., студент

Научный руководитель – Чирун С. Н., д. полит. н., доцент

Кемеровский государственный университет

lelya.malysheva.00@inbox.ru

Шаткие методологические основы понимания взаимосвязи между новыми источниками СМИ и молодым поколением являются проблемой не только для отечественных, но и зарубежных ученых.

Новые средства массовой информации, такие как блоги, которые являются менее профессиональными, а порой и любительскими источниками информации, играют важную роль в формировании мировоззрения обучающихся и восприятию ими окружающего мира. Они часто описываются как важные инструменты для постижения мира и самих себя в нем. Рост популярности блогов связан с тем, что он расценивается, как источник более свежей, правдивой и надежной информации, а сами блогеры воспринимаются окружающими, особенно обучающимися, как «народные эксперты», так как это чаще всего обычные люди, находящиеся среди нас.

Скорость распространения информации и количество просмотров имеет большую значимость в интернет-пространстве, поэтому блогеры стараются затрагивать только горячие новости, привлекая большее количество читателей. Информация, представленная ими, структурирована таким образом, чтобы даже при беглом чтении читателя «цеплял» предложенный контент.

Актуальность темы данной работы определена тем, что в настоящее время каждый человек связан с интернетом, который постепенно становится неотъемлемым элементом жизнедеятельности каждого члена современного информационного общества.

Следует отметить, что выделяют тесную связь между интернетом и развитием современных технологий. Благодаря интернету у людей появилась возможность осуществлять некоторые виды деятельности онлайн. Так, например,

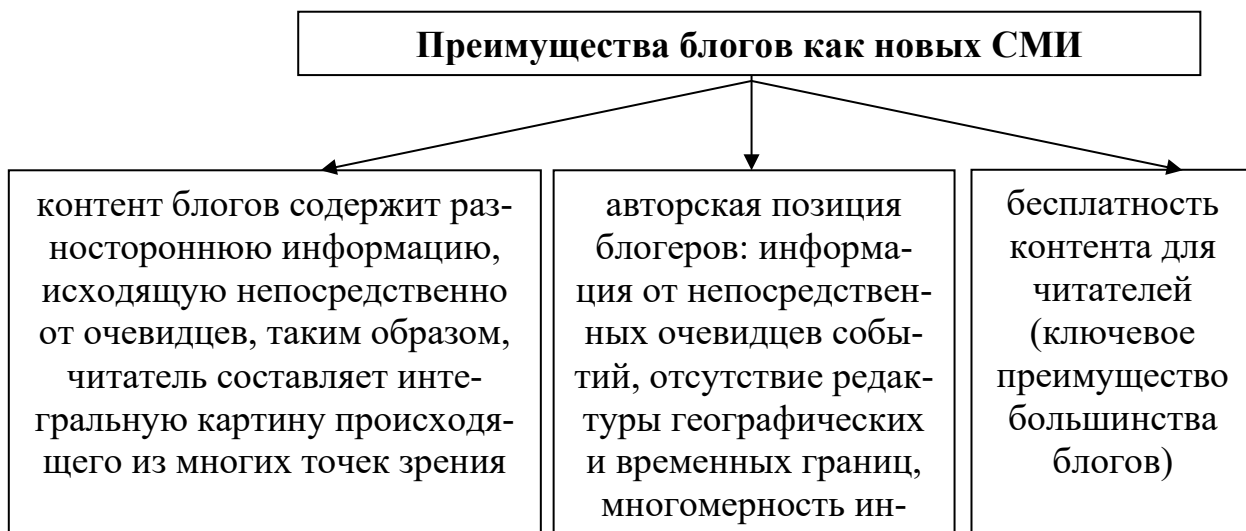
сегодня есть возможность осуществлять покупки через интернет, читать книги, зарабатывать деньги, общаться и другое [1, С. 27].

В связи с изложенным, нужно отметить, что существование современного общества невозможно без интернета. Значимую роль в интернет-пространстве занимают социальные сети, характеризующиеся своими положительными и отрицательными сторонами. К отрицательным сторонам относятся замена реального общения виртуальными переписками, к положительным – быстрота осуществляемых действий.

Блоггерство представляет собой одну из форм новых медиа, которая обладает всеми необходимыми для этого характеристиками: интерактивностью как реакцией на поведение аудитории (за счет «лайков» и их соотношения с «дизлайками», комментариев пользователей, реакции других участников блоггерского сообщества); «живой», учитывающей особенности аудитории подачей информации; вниманием к деталям; обращением к различным источникам; стремлением формировать репутацию. Блоггерство не является однородным по своей структуре, можно выделить различные типы блоггеров, в том числе основываясь на критерии используемого канала передачи информации (текстовые блоги, видеоблоги, иконографические блоги, смешанные типы), а также на критерии содержания блога (научно-популярный контент, красота и мода, путешествия, кулинария, гражданская журналистика, обзоры и тестирование и т. д.). В целом можно говорить, что блоггеры формируют новое информационное пространство, в котором они не скрывают своей субъективности, но нацелены на аргументированную подачу своей позиции. Во многом именно поэтому молодая аудитория ориентирована на них как источник получения информации о чем-либо, поскольку, в отличие от традиционных СМИ, которые пытаются маскировать свою ангажированность и субъективность, блоггеры открыто демонстрируют субъективность, давая возможность потребителю сориентироваться в подаче информации и принять решение о готовности воспринимать предлагаемый контент – определенная свобода выбора источника информации [2].

А. И. Акопов отмечает следующие преимущества блогов как новых СМИ (рис. 1) [3].

Рисунок 1. Преимущества блогов как новых СМИ



Постепенно роль и возможности социальных сетей совершенствуются, становясь не просто площадкой для общения, но и способом самореализации. Так стали появляться блоги. Свою историю блоги берут с 1994 года. В этот период в Америке студент Джастин Холл стал вести дневник через Интернет-сеть. Таким образом, стали появляться блогеры – это те люди, которые пишут на блогах и в социальных сетях посты на ту или иную тему.

В настоящее время блогеры настолько популярны, что их отождествляют со средствами массовой информации. Блогеры способны оказывать влияние на формирование мнения подрастающего поколения. Это реализуется через поднятие тем, которые имеют острый социальный характер. К числу таких тем относятся вопросы феминизма, политика, бизнес и другое.

Следует отметить, что нельзя считать, что блогеры способны заменить журналистов и наоборот. Их следует рассматривать в качестве самостоятельных субъектов современного медийного пространства. Поэтому уместно говорить, скорее, не о блоггинге как замене журнализма или новом журнализме, а о блоггинге как внешней практике по отношению к журнализму в условиях, когда аудитория СМИ мигрирует в Интернет и приобретает новые черты и новые модели потребления информации.

В соответствии с этим выделяем следующие шесть основных групп отношений, составляющие новую конфигурацию на стыке пространств:

- 1) СМИ и аудитория СМИ;
- 2) цифровые игроки и интернет-аудитория;
- 3) СМИ и интернет-аудитория;
- 4) цифровые игроки и аудитория СМИ;
- 5) цифровые игроки и СМИ;
- 6) аудитория СМИ и интернет-аудитория.

При этом нужно отметить, что блогеры конкурируют со средствами массовой информации за привлечение внимания аудитории.

Для блогеров социальные сети являются не только средством самовыражения и получения социального одобрения, удовлетворения потребности в виде признания, но и способом заработка. Чаще всего это партнерские программы, спонсорство и реклама. Более успешные представители блогосферы получают возможности получения прибыли и в оффлайн-пространстве: например, в виде персональных образовательных программ, посвященных обучению трэвелблогингу, организации собственных туров, а также выступлений на различных конференциях в качестве спикеров и даже консалтинг.

Другим инструментом прямой коммуникации с аудиторией, помимо возможности комментирования, на многих платформах (youtube.com, vk.com, instagram.com и др.) являются прямые эфиры. Блогер может вести прямую трансляцию для демонстрации окружающих его событий в реальном времени, приоткрывать завесу частной жизни, а также иметь прямую коммуникацию с аудиторией: в основе может быть как монолог автора, так и ответы-вопросы публики, заданные заранее или в момент прямого включения. Однако даже

если говорить о собственно контенте блогосферы, а не дополнительных особенностях функционала платформ, становится очевидным отличие от классических средств массовой информации. Эта разница выражается в персонализированной подаче и наполнении контента, а также преобладающем влиянии личности сообщаемого на транслируемую информацию [4].

В настоящее время следует говорить о слиянии блогосферы и традиционных средств массовой информации, что выражается в использовании блогов в СМИ.

Перечислим основные причины, по которым традиционные СМИ используют блоги:

– Стимулирование читателей. Для того, чтобы привлечь посетителей для просмотра платных материалов, в сети предоставляется возможность ознакомиться с частью такого материала бесплатно посредством СМИ, которые работают в режиме офлайн. Зачастую это реализуется через размещение части публикаций посредством веб-логов.

– Социальные связи. В данном случае речь идет о личных и профессиональных взаимосвязях, которые могут существовать между журналистами и блогерами.

– Мнения экспертов. Очень части блогеров используют в качестве экспертов. При этом привлечение тех или иных блогеров зависит от темы, которая обсуждается, так как каждый блогер специализируется на написание определенной тематики своих блогов.

– Скорость публикации материалов. Данным преимуществом обладают блогеры, так как материалы блогеров не нуждаются в том, чтобы они кем-то утверждались и согласовывались. Блогеры способны выражать свои мнение по отношению к той или иной теме или произошедшему событию в режиме онлайн, в то время как традиционные СМИ с отставанием размещают публикацию на ту же тему.

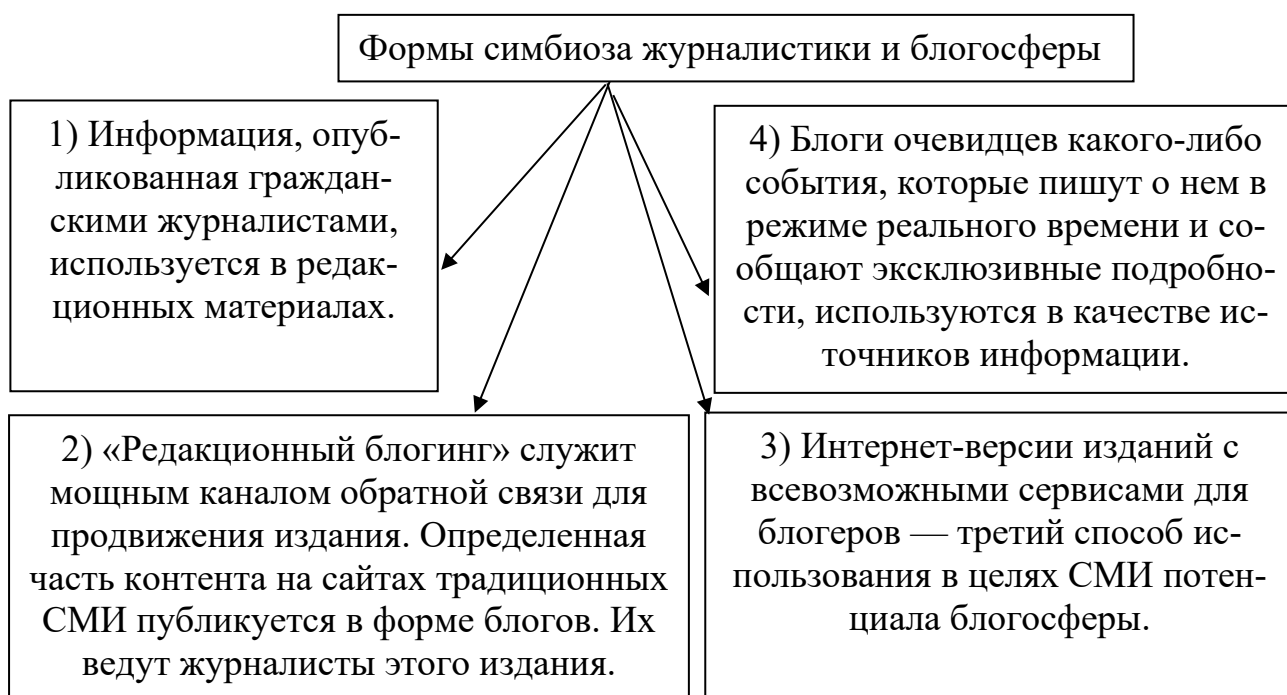
Можно выделить четыре распространенные на сегодняшний день формы симбиоза журналистики и блогосферы, графически представленные на рисунке 2. Учитывая изложенное, следует говорить о тесном взаимодействии блогосферы и журналистики.

В завершении следует сказать о том, что блогеров и журналистов следует рассматривать в качестве разного рода информационных сущностей. При этом статусы того или другого в современном медийном пространстве четко разграничены, каждый из них выполняет свою роль и занимает свое определенное место. Следовательно, нужно говорить о том, что блогеры как средство массовой информации в XXI веке выступает в качестве симбиоза с последними. Подобный симбиоз имеет положительные стороны, как для блогосферы, так и для журналистики.

Но это имеет и отрицательные стороны. Так, журналистика гарантирует достоверность предоставляемой информации. Кроме того, публикации журналистов характеризуются своей законченностью и полезны с общественной

точки зрения. В то время как блогеры способны давать только горячие события, выражающие настроение общества.

Рисунок 2. Формы симбиоза журналистики и блогосферы



Таким образом, в заключение нужно отметить, что журналисты и блогеры функционируют в одном пространстве, но на разных уровнях.

Список использованных источников:

1. Декалов В. В. Внимание как базовый ресурс коммуникативного капитала // Российская школа связей с общественностью. – 2017. – Т. 10. – С. 27-38.
2. Ибадова М. К., Чеджемов Г. А. Блоггинг в современном обществе // Известия Института систем управления СГЭУ. – 2018. – № 1(17). – С. 75-83.
3. Акопов А. И. Электронные сети как новый вид СМИ // Филологический вестник Ростовского государственного университета. – 1998. № 3. – С. 43-51.
4. Кастельс М. Власть коммуникации. – М.: Высшая школа экономики, 2016. – 564 с.

БЛОГИ В КАЧЕСТВЕ АЛЬТЕРНАТИВЫ ТРАДИЦИОННЫХ СМИ

Терешкова Ю. В., магистрант

Научный руководитель – Коновалов А. Б., д. ист. н., профессор

Кемеровский государственный университет

tereschkowa@yandex.ru

Современная массовая коммуникация, как известно, во многом осуществляется через сеть Интернет и такую ее составную часть, как блогосфера.

Стоит отметить необыкновенную популярность блогосферы среди россиян. Для многих людей именно в Интернете происходит формирование представления об информационной и политической повестке дня. Некоторые блоги Рунета уже могут соперничать в количественных показателях своей аудитории с различного рода традиционным средствам массовой информации. Количество просмотров видеоблогов на сайте Youtube ежегодно бьет новые рекорды, собирая миллионы просмотров. «Учитывая массовость, периодичность и масштаб распространения информации, видео контент блога можно назвать массовой информацией, а сам блог средством массовой информации» [1].

Если при этом учесть эффект перепоста – дублирование сообщений из одного блога в другом, то количество читателей и вовсе не поддается подсчету. Более того, потенциальное количество людей, получающих информацию из того или иного блога, также ничем не ограничено, в отличие, от тиража газет, аудитории регионального телеканала и т. д. Наконец, очевидное и важнейшее преимущество блога перед традиционными СМИ заключается в оперативности донесения информации до ее потребителей – новое сообщение может опубликоваться за доли секунд, в результате одного клика мыши.

Для информационной политики традиционных СМИ свойственна ангажированность проблематики и лоббирование интересов государственного и финансового секторов. Блогосфера выступает в качестве альтернативного свободного источника распространения информации, в противовес политической цензуре на федеральных телеканалах и печатных СМИ. Интернет предоставляет пользователю более широкий спектр мнений. Любой способный печатать человек, как профессиональный аналитик, так и обыватель, может высказать свое мнение по поводу любых событий. Абсолютно любой человек с мобильным интернетом способен транслировать все происходящие вокруг него события в любой точке мира для миллионов зрителей.

Блоги в качестве самостоятельных СМИ обладают особенно выраженными оригинальными свойствами, такими, как: гипер-текстурность, мультикультурность, интерактивность.

Блоги оперативно дают обратную связь, позволяют стремительно модифицировать послание и обеспечить его многовариантность, что играет огромную роль в формировании общественного мнения и современного информационного пространства в целом.

Все это указывает на особую роль групп блогов в качестве канала воздействия на аудиторию. Безусловно, данная возможность несет в себе благо для общества, предоставляя возможность всегда быть в курсе событий. Но здесь таится и огромная опасность – факты, выставляемые на всеобщее обозрение, прежде чем попасть в ленту к читателям, зачастую не проверяются на достоверность и выставляются однобоко. Совокупность массовой информации, проходящей через блоги, сопоставима с информацией, проходящей через традиционные СМИ, но между ними есть существенная разница. В традиционных СМИ установлены жесткие требования к форме и содержанию публикуемой информации. Уровень журналистских материалов должен быть высоким, информация СМИ должна быть достоверной, соответствовать принятым нормам морали и нравственности общества, должна соответствовать определенному жанру, быть актуальной и т. д. Так как государство не может игнорировать столь влиятельный ресурс, в качестве контролирующей меры с 1 августа 2014 года вступил в силу Федеральный закон 97-ФЗ «Закон о блогерах» [2], который, в частности, обязывает зарегистрироваться в специальном реестре Роскомнадзора тех, чьи их страницы посещают более 3000 читателей в сутки. Согласно этому закону, блогеры должны промаркировать свои издания по возрастной категории, соблюдать правила предвыборной агитации, не распространять экстремистские материалы. Отныне от них требуется сообщать свои контактные данные и соблюдать практически все основные законодательные положения, относящиеся к СМИ, в том числе и отвечать за достоверность информации (закон прекратил свое существование с 29 июля 2017 года). В рамках борьбы с недостоверной информацией с 2017 г. вступил в силу Закон № 208-ФЗ, более известный как Закон «О новостных агрегаторах» [3]. С принятием данного закона владельцы новостных агрегаторов становятся обязаны:

1) проверять достоверность распространяемых общественно значимых сведений до их распространения и незамедлительно прекратить их распространение на основании предписания уполномоченного органа;

2) не допускать использование новостного агрегатора в целях сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений, распространения недостоверной общественно значимой информации под видом достоверных сообщений;

3) соблюдать права и законные интересы граждан и организаций, в том числе честь, достоинство и деловую репутацию

4) хранить в течение шести месяцев распространенную ими новостную информацию, сведения об источнике ее получения, сведения о сроках ее распространения.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что блоги в современном мире играют роль средств массовой информации наравне с традиционными СМИ, и данный факт не остается незамеченным со стороны государства. В то время, как классические методы подачи информации телевизионными каналами и способы построения обратной связи с аудиторией устаревают, а уро-

вень технической и гуманитарной просвещенности общества растет, возникают новые механизмы массовой коммуникации. Блогосфера – это одно из средств массовой коммуникации современности.

Список использованных источников:

1. Тартаковская А. И. Блогосфера с точки зрения профессиональной журналистской этики / Материалы V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Калининград, 2017. – С. 194-196.

2. Федеральный закон от 5 мая 2014 г. N 97-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно- телекоммуникационных сетей». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162586/ (дата обращения: 10.11.2020).

3. Федеральный закон от 23 июня 2016 г. N 208-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200019/ (дата обращения: 10.11.2020).

БЛОГЕРЫ И ИХ РОЛЬ В XXI В.

Чиканчи К. Е., студентка

Научный руководитель – Чирун С. Н., д. полит. н, доцент

Кемеровский государственный университет

chikanchi2019@mail.ru

В данной статье хотелось бы затронуть такую актуальную проблему как влияние блогеров на современное общество, его политику и культуру.

С появлением интернета постепенно жизнь социума начала меняться. Сегодня практически каждый гражданин является частью какой-либо социальной сети, например, Facebook, Twitter, Instagram, Вконтакте и многих других.

Социальные сети стали отличной платформой для свободного выражения мнения, интересов различных категорий людей. Современный студент проводит в социальных сетях огромное количество времени: учеба, работа, общение с друзьями – всё это в большинстве случаев проходит через интернет платформы. На данный момент конкуренцию средствам массовой информации и социальным сетям составляют блоги.

Блогосфера имеет свои особенности. Политический блог – эффективный инструмент публичной политики [1, С. 248]. Основной его задачей является постоянная подача политического контента, который интересен для сетевой аудитории – аудитории, интересующейся политикой. Работа блога – это не только работа на подачу информации, но и на общение со своей целевой аудиторией.

Для этого у пользователей есть возможность оставлять комментарии, лайки, оценки определенного блога. Иными словами, блогосфера заимствовала два основополагающих элемента масс-медиа – информацию и аудиторию. На данный момент блогером становится тот, кто заинтересован в распространении информации через сетевую интернет-площадку. Такого рода деятельность является привлекательной для студенческой молодёжи.

Сегодня многие молодые люди становятся успешными блогерами, просто делясь размышлениями в своём блоге о жизни, политике, различных увлечениях. Но, блог – это и хобби, и работа одновременно, потому что занимает определенную часть времени, сил и даже денег. Зачастую, чтобы раскрутить свой блог, требуются денежные средства. Они нужны на рекламу блога, а также, в случае если проект оказался успешным, на заработанную плату сотрудникам.

Соответственно, если политический блог популярен, то блогер может на нём зарабатывать. Чем больше у блогера аудитория, тем больше рекламодатели готовы платить ему за услуги по продвижению контента.

Существует множество причин заниматься блогингом. Рассмотрим лишь наиболее популярные из них с точки зрения студенческой молодёжи.

1. Блогеры конкурентоспособны. Только на WordPress.com хостится порядка 75 млн. А есть еще Blogger, Tumblr и другие платформы. Даже если блогер занял очень специфическую нишу, у него все равно найдётся аудитория.

2. Блогеры универсальны. Авторский блог – это мини-газета. Только в ее штате всего один сотрудник. Он и автор, и корректор, и редактор, и верстальщик. Читатель, видя статью, и не задумывается, какой арсенал знаний нужно задействовать блогеру, чтобы тот просто лайкнул. Грамматика, стилистика, HTML, SEO, дизайн и даже психология – хороший блогер должен быть немного экспертом в каждой из этих областей.

3. Блогеры компьютерно грамотны. Орфографическая и пунктуационная грамотность немаловажны, но, помимо этого, блогер должен быть подкован технически. Блогеру нужно научиться разбираться в тонкостях программирования, веб-дизайна, работе поисковиков и социальных сетей. Кроме того, блогер вынужден защищать свой ресурс от спама и фишинга.

4. Блогеры хорошо разбираются в маркетинге. Нужно не только уметь написать статью. Нужно, чтобы целевая аудитория прочла ее и придала ей «вирусный» заряд. Для этого блогеры изучают стратегии Интернет-маркетинга: поисковая оптимизация, продвижение в социальных сетях.

5. Блогеры финансово независимы. По мере развития, блог требует все больше внимания и времени. Успешные блогеры стараются посвятить себя целиком данному виду деятельности. В этом случае блогер становится предпринимателем и на него ложатся все финансовые риски, которые растут вместе с популярностью блогера [2].

В личном аккаунте вы можете спокойно размещать информацию, которая не задевает других и нравится только вам. Но если речь идет о популярном

блоге, то вы скорее всего, будете отталкиваться на интересы и поведение большинства, то есть, своей аудитории.

В дальнейшем следует вывод, что в определенный момент блог становится средством массовой информации, только в нетрадиционном понимании. В соответствии с Законом РФ «О средствах массовой информации», журналист обязан проверять достоверность информации [3]. На блогере лежит огромная ответственность за ту информацию, что он выпускает в массы. Блоггер должен выполнять все те же требования, так как несет такую же ответственность за свою работу с аудиторией, что и журналисты.

На сегодняшний день есть множество блогеров, чья аудитория превышает количество аудитории многих изданий. Так на данный момент очень популярен канал одного из самых востребованных политических видеоблогеров – Юрия Дудя, который имеет 8,8 миллионов подписчиков. Таких примеров блогеров с миллионной аудиторией достаточно много в России, а во всем мире тем более.

Нужно отметить, что блоги и видеохостинг – YouTube, так же, как и социальные сети Twitter, Facebook, сыграли важную роль в эпизодах активных политических действий. Их часто называют важными инструментами для активистов, стремящиеся сменить авторитарные режимы и продвигать свободу и демократию, и их хвалят за их демократизирующий потенциал.

Влияние современной блогосферы на публичную политику можно лучше понять с помощью концепции, учитывающей пять уровней анализа: индивидуальная трансформация, межгрупповые отношения, коллективные действия, политика режима и внешнее внимание. Блогосфера и YouTube способны повлиять на образ мыслей и действий граждан, смягчить или обострить политический конфликт, способствовать коллективным действиям агентов гражданского общества, стимулировать ответную реакцию на действия режима и привлечение международного внимания к политической ситуации в конкретной стране. Об этом, в частности, свидетельствует реакция международного сообщества на протесты, продолжающиеся в республике Беларусь, и начавшиеся сразу после выборов Президента 9 августа 2020 г.

Кузбасские политологи продолжают детально исследовать роль блогосферы и социальных сетей в процессах демократического транзита [4, С.1–8]. Но уже сейчас можно утверждать, что новые медиа могут иметь и положительные и отрицательные эффекты и зачастую они могут негативно влиять на стабильность политических систем [5, С. 87-94].

Исходя из всего вышесказанного, мы приходим к следующему заключению. Перед тем, как становиться политическим блогером и начинать обсуждать в сети какую-либо политическую информацию, студенту стоит задуматься, сможет ли он ответственно отнестись к данному виду деятельности, сможет ли он справиться с этим психологически? Ведь далеко не все пользователи интернета соответствуют высоким стандартам развития политической культуры. Поэтому, блогерам следует помнить и о необходимости повышения

своего профессионализма, поскольку им необходимо нести ответственность за всю ту информацию, которую они транслируют в глобальную сеть.

Список использованных источников:

1. Чирун С. Н. Молодёжная политика в ситуации постмодерна. Модели, механизмы, риски. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 524 с.
2. 12 причин, почему блогер – лучшая профессия в мире. URL: <https://lifehacker.ru/2014/01/23/12-prichin-pochemu-bloger-luchshaya-professiya-v-mire/> (обращение 10.10.2020).
3. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (ред. от 18.04.2018) // Российская газета. – 1992. – 8 февраля.
4. Бирюков С. В., Кисляков М. М., Чирун С. Н. Крупнейший ученый-политолог Сибири – Виктор Васильевич Желтов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2020. – Т. 4. № 1. – С. 1–8.
5. Чирун С. Н. Сетевые технологии молодежной политики, как механизм актуализации политической активности молодёжи в аспекте современных международных отношений: глобальные вызовы и угрозы // Вопросы управления. – 2016. – № 2 (39). – С. 87-94.

ФЕНОМЕН МЕМОВ КАК ФОРМА САМОВЫРАЖЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

МЕМ КАК ЕДИНИЦА ПЕРЕДАЧИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ В МОЛОДЁЖНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Беленкова М. И., аспирант
Кемеровский государственный университет
mariya-belenkova@bk.ru

Новые медиа порождают новую коммуникативную культуру, которая, в свою очередь, очень активно действует на поведение людей. В этом плане изначально юмористические единицы информации – мемы приобретают очень весомую мотивационную роль в поведении людей, в том числе молодежи. Ярким и страшным примером тут может служить массовое убийство мусульман в Новой Зеландии в марте 2018 года, где убийца ехал убивать под «мемную» музыку, например Remove kebab.

Понятие мема впервые вводит в научный оборот Р. Докинз в книге «Эгоистичный ген» (1976), где под мемом понимается прежде всего единица хранения информации. Мем Р. Докинз уподобляет гену, как «живой воспроизводимой структуре». По мнению Р. Докинза, большие доктрины социально значимого характера состоят именно из мемов [1, С. 55].

Таким образом, на самом раннем этапе существования концепта мем понимался как элемент идейной конструкции. С распространением интернета и становлением гиперинформационного общества мемы становились плотнее и формализованнее, пока не превратились в сегодняшние интернет-мемы.

Популярность мемов определяется прежде всего многократно возросшей в период массового распространения интернета плотности информационных потоков, в которых живёт человек [2, С. 29]. Мем упаковывается в узнаваемую и привлекательную оболочку и даёт многослойную, комплексную информацию через один взгляд. Очевидно, что при этом человек принимает ряд посылов мема в своё подсознание. Также и пути выхода к «мемохранилищам» человек подбирает исходя из пакета ценностей, которыми руководствуется в жизни.

Высокая плотность информационных потоков рождает смысловую и структурную редукцию восприятия, следствием чего становится шаблонный характер мемов [3, С. 112]. Наиболее ярким выражением шаблонности мема выступают креолизованные мемы, которые состоят из фиксированной формы, не принадлежащей естественному языку, и языкового содержания [4, С. 162].

Исходя из вышеизложенного можно сказать, что политизированный интернет-мем есть единица политического дискурса, выстроенная по шаблону и имеющая наполнение, отсылающее к имеющей в свою очередь ценностное наполнение доктрине.

Мемы задействуют довольно сильно распространённые паттерны поведенческих реакций. Так, «метод случайной выборки показал, что эффект обманутого ожидания наблюдается в 17 интернет-мемах из 100» [5, С. 103]. В информационном обществе это очень частая реакция, так как почти каждый медиасубъект в стремлении удержать на себе внимание зрителя обещает ему словами либо не словами больше, чем даёт на самом деле.

Воспроизводство культурных паттернов в мемах актуализирует социальную память того или иного рода. Как правило, это обеспечивается за счёт сообщества, внутри которого производятся и распространяются мемы. Зритель воспроизводит систему социальной памяти, когда сам начинает делать мемы в рамках уже сложившихся идейных и дизайн-подходов [6, С. 219].

Мотивирующую, манипулятивную функцию мемов укрепляет частота проявления в них прецедентного феномена: узнаваемых элементов картинки или текста, укоренённых в культуре, к которой принадлежит целевая аудитория того или иного мема [7, С. 26]. Помимо игрового пространства внутри себя, по мнению С. Каношиной, прецедентный феномен в мемах имеет интертекстуальность и реинтерпретируемость. Таким образом, человек при виде мема, в котором проявлен прецедентный феномен, получает инфильтрацию узнаваемым культурным образцом и одновременно с этим – оригинальную трактовку этого образа в новом социальном-культурном контексте. Культурный образ (например, персонаж фильма) выступает одновременно и символом, который погружает зрителя мема в определённое пространство смыслов [8, С. 122].

В эволюции мемов можно отметить, что культурные образы, которые становятся их основой, сами по себе могут уйти на задний план. Зритель мема может узнавать мем, смотреть его в разных версиях на протяжении пяти лет, делать мемы с этим образом, но не знать его истока. Это касается фильмов и игр, откуда приходят первичные коммуникативные и символические послы [9, С. 100].

Благодаря своему воздействию на ум человека они используются даже в дидактических целях так, в Туринском университете исследователи выявили, что культура «потребления» мемов повышает интерес детей к математике – они видят в меме шутку, для разгадывания которой нужно знать структуру мема, пространство отсылок в нем и собственно информацию, мема, которой могут быть например формулы [10, С. 81]. Таким образом, универсальность и сложность мема как такового способствует росту любознательности, а следовательно, и восприимчивости к информации из того контекстуального окружения, которое проявляет мем. Важнейшей функцией мема является эмоция, эмоциональный отклик [11, С. 38].

Е. Пишкова и М. Смирнова отмечают, что мемы выстраиваются как правило из стереотипных реакций и форм поведения людей. Таким образом, мем выступает элементом, замыкающим кольцо идентичности человека: оформляя присущие этой идентичности ценности и практики, он одновременно задаёт

их своему зрителю [12, С. 62]. Эту роль замыкания усиливают метамемы, присутствие которых в одном дискурсивном пространстве обозначает определённый уровень насыщенности поля социальных интеракций в том или ином обществе или совокупности носителей политических ценностей. Н. Часовский считает, что мемы всегда спонтанны, развлекательны, мало живут и нацелены на быстрое распространение [13, С. 82].

Мемы часто входят в пространство политической коммуникации [14, С. 53]. Так, существуют даже проекты, которые полностью посвящены мемам, но имеют ясную политическую направленность. Как правило это правые проекты, из которых вышел, например, персонаж «лягушки Пепе».

Эти особенности сплаваются в ключевую характеристику мема, делающими мемы популярными именно в молодежной среде: это умение «вывернуть шаблон», использование шаблонов так, чтобы вызвать комический эффект. Одним из наиболее мощных инструментов достижения комического эффекта через такой эффект выступает использование полидискурсивности, когда в одном меме сочетаются разные дискурсы. Актуализированная полидискурсивность может, в свою очередь, выступать инструментом социального единства, сплачивая совокупность виртуальных субъектов в сообщество с относительно целостной системой ценностей. Например, мемплекс «Освободитель» распространён в среде людей, имеющих ясно выраженную имперскую идентичность, использование мемов с «Освободителем» характеризует принадлежность к совокупности людей с ценностями, довольно ярко проявившими себя, например, при воссоединении РФ с Крымом. В этом плане мемплекс «кувалда» дополняет и развивает те идеи, которые содержатся в мемплексе «Освободителя».

На рис. 1. изображены российские солдаты в Сирии, которым вместо лиц приставлены лица из мемлекса «Освободитель».

Рисунок 1. Освободитель:



На рис. 2 изображён герой мемплекса «Кувалда», который сюжетно также связан с сирийской войной. Есть мемы, в которых присутствуют и «Кувалда», и «Освободитель», но мы не приводим их здесь из-за нецензурной лексики, представленной там.

Рисунок 2. Кувалда



Учитывая, что подавляющее большинство мемоделов – это молодые люди возрастом примерно до 28 лет, и распространяются интернет-мемы преимущественно в молодёжной среде, мы можем сделать следующие выводы.

В силу самой структуры мема и его включенности в дискурсивное и культурное пространство мем имеет в себе ценностное содержание и способен к индоктринации. Развиваясь в мемплекс, мемы становятся дискурсивными конструкциями, объединяющими совокупности людей со схожей идентичностью в сообщества, способные организовываться (вокруг ресурсов с мемами, например).

Список использованных источников:

1. Пишкова Е. Ю., Смирнова М. С. Интернет-мемы: коммуникативный и транслатологический аспекты // Известия ВГПУ. – 2019. – №3 (136).
2. Голованова Е. И., Часовский Н. В. Интернет-мем как элемент визуализации в СМИ // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (360).
3. Канашина С. В. Эффект обманутого ожидания в интернет-мемах как особая коммуникативная стратегия // Вестник ТГПУ. – 2017. – № 10 (187).
4. Щурина Ю. В. Интернет-мемы: проблема типологии // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2014. – №6 (59).

5. Канашина С. В. Когнитивные основания полидискурсивности в интернет-мемах // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – №12-2 (90). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnyye-osnovaniya-polidiskursivnosti-v-internet-memah> (дата обращения: 13.11.2020).
6. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. – 2012. – Вып. 3.
7. Канашина С. В. Интернет-мем и прецедентный феномен // Вестник ТГПУ. – 2018. – № 4 (193).
8. Канашина С. В. Интернет-мем как медиатекст // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. – 2019. – Т. 19, вып.
9. Лысенко Е. Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. – 2017. – № 4.
10. Часовский Н. В. Интернет-мем как особый жанр коммуникации // Учёные записки ЗабГУ. – 2015. – № 2 (61).
11. Гузаерова Р. Интернет-мем как знак современного медиапространства филология и культура. 2017. №2(48)
12. Смородина А. А. Интернет-мемы как способ коммуникации человека в современном мире // International Journal of Humanities and Natural Sciences, vol.5-3 с. 81
13. Шуталева А. В. Интернет-мем как способ воспроизводства социальной памяти // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 12 (86).
14. Канашина С. В. Интернет-мем и политика // Политическая лингвистика. – 2017. – № 1 (61).

МЕМ КАК ВИД МОЛОДЕЖНОГО ЮМОРА

Борисов А. А., магистрант

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., доцент

Кемеровский государственный университет

MagistrMorfey@mail.ru

Русскоязычный Интернет – это пространство, в котором мгновенно и свободно распространяется любая информация. Это коммуникативное открытое пространство является практически идеальной средой для существования и развития различного юмора. Комический эффект в интернете последнее время активно развивается за счёт появления и развития такого направления интернет – юмора как мемы. Это явление возникло в первом десятилетии XXI века.

Мем – английский термин, обозначающий идею, образ, нематериальный объект культуры, который используется любым желающим гражданином. Если рассмотреть данное явление в более широком смысле, то мем можно считать механизмом передачи и хранения культурной информации. Способность

к репликации – это основное свойство мема. Понятие мем было введено Ричардом Докинзом – английским этологом, эволюционным биологом, ученым и популяризатором науки.

Мемы, активно распространяющиеся в интернет среде, получили название – интернет-мемы. Иногда применяются такие названия, как: «мемасики», «мемчики», «мемасы». Стоит отметить, что спонтанно-бесконтрольному распространению среди пользователей интернет подвержена не любая информация, а та, которая оставляет людей, её просмотревших, равнодушными к ней, вызывает огромный интерес или порождает различные ассоциации [1]. Мемы появляются в блогах, форумах, чатах, группах в социальных сетях и т. п. Первоисточники мемов разнообразны: это может быть и горячая новость в СМИ (иранские ракеты), и предмет искусства (Джоконда), и фильм, или даже персонаж аниме, или высказывание интернет-пользователя. Интернет-мемы сохраняют в себе информацию о том тексте, информационном ресурсе, культурном феномене или историческом событии, который послужил источником для появления данного мема. Не каждый человек сможет сразу понять смысл интернет-мемов. Для неподготовленных людей при первом просмотре они останутся непонятными, если не сопроводить их пояснениями. И, конечно же, они не вызовут смеха. Важным фактором в этом случае оказывается намеренное сужение аудитории, на которую рассчитан тот или иной интернет-мем. Это может быть группа пользователей определенного ресурса, группа людей, объединенных рамками профессии или социальными рамками и т. п. Например, юмор развлекательного сайта bash.org.ru, известного как «Цитатник Рунета», по замыслу создателей, был изначально предназначен исключительно для программистов и близкой к ним аудитории.

Какой вывод можно сделать? Получается этот вид юмора не для всех, а лишь для избранного круга посвященной аудитории. Комический эффект рассчитан на определенную аудиторию. Но всё же благодаря открытости интернета, любой мем доступен для просмотра любым желающим.

Обычно в сети интернет передавались анекдоты, смешные фото и видео, но с появлением мемов, они также набрали свою популярность и стали массово распространяться. В современном интернет-пространстве функционируют следующие типы интернет-мемов:

- текстовый мем (слово или фраза);
- мем-картинка;
- видеомем;
- креолизованный мем, состоящий из текстовой и визуальной части [2].

Текстовые мемы, представляют собой слово, словосочетание или фразу: Превед Медвед, Аффттар жжот, Баян, Ктулху, Йа криветко! и др. Сюда же можно отнести своеобразные клишированные обороты, начинающие или оканчивающие высказывание: Мне одному кажется, что..., Читать до конца..., ...Занавес! и т. д. Первоисточниками таких мемов обычно становятся высказывания обычных граждан. Например, в своё время появилась на одном из форумов фраза «Всеки ему!», написанная в ответ на вопрос: «Что мне делать с

другом, который каждый день приходит ко мне домой, чтобы поиграть в Line Age 2?». Вскоре данная фраза распространилась по многим форумам и чатам. После данная фраза была изменена, и появились её различные варианты: «По-советуй ему сделать себе самовсеч!, Однозначно всеч!, Кому-то надо всеч!, ВсеЧ!» (именно в таком орфографическом оформлении) и т. п. Именно с тех времён данный мем стал средством выражения сарказма в адрес незадачливых пользователей, которые решили позадавать различные вопросы на форумах о своих друзьях.

Следующей не менее интересной разновидностью являются мемы-картинки. Данный вид юмора существует в двух основных разновидностях: во-первых, узнаваемое изображение – например, «Ктулху», или кто-то другой; во-вторых, выполненная или обработанная в графическом редакторе «Photoshop» картинка или фотография, которая получила сленговое название фото-жаба. В данном случае уже появляется некий сюжет. Одной из известных фото-жаб является мем «Свидетель из Фрязино». На фотографии рядом с новобрачными стоит свидетельница и свидетель с суровым выражением лица. Самое главное, что его одежда не соответствует ситуации и потому вызывает смех. Изображение этого человека стало помещаться с помощью фотошопа на самые разнообразные картинки. При этом используется семантический и коннотативный фонд слова, при котором слово «свидетель» применительно к образу персонажа. Это может быть мужчина в белых брюках, черной куртке, с суровым выражением лица незримо присутствует везде и который видит всё, за всем следит, ему все известно о каждом [3].

Третьим видом мема являются не менее известные видеомемы – комические видеосюжеты, которые располагаются на личных страницах пользователей социальных сетей, и передаются друг другу. Данные мемы возможно неоднократно воспроизводить, что является их отличительной особенностью. Их популярность оценивается количеством просмотров. Видео-мемы могут сниматься в качестве пародий. Некоторые, наоборот, возникают в качестве источника комизма неожиданно для героя видеозаписи. Сюда можно отнести, известный мем «Mr. Trololo», источником, которого является сделанная в 1967 году видеозапись выступления советского эстрадного певца Эдуарда Хилия. Певцом был исполнен вокализ, часть которого звучат как «трололо» и воспринимается как отсылка к современному интернет-жargonу. В 2009 году видеозапись опубликовали на YouTube и она стала международным интернет-феноменом.

Креолизованный мем – это самый распространённый вид, который представляет собой некую разновидность креолизованных текстов, состоящих из двух частей: вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык). Основными составляющими креолизованного текста являются вербальная часть (надпись/подпись) и иконическая часть (рисунок, фотография, таблица). В разных текстах они встречаются в различных комбинациях. К данным мемам можно отнести

мем «Филологическая дева», который получил свою известность среди филологов. Мем представляет собой изображение Вирджинии Вулф на заданном и всегда одинаковом фоне, сопровождаемое различными подписями, состоящей из двух частей: верхней и нижней. Фраза сверху является завязкой, снизу – неожиданной развязкой. Разница, появляющаяся при последовательном прочтении двух фраз, рассчитана на эффект неоправданного ожидания, который обуславливает возникновение комического эффекта. Содержательная часть этих мемов, обычно, связана с филологической или лингвистической тематикой. В них обыгрываются распространенные языковые или речевые ошибки, стихотворные строки, имена известных писателей, значения слов и т. п. [4].

В наше время мемы – это уникальный феномен, который уже стал достаточно яркой формой самовыражения различных слоёв населения. Но в большей степени данным видом самовыражения пользуется молодежь. Главным образом это самовыражение у молодёжи происходит через некие демотиваторы, которые представляют из себя составленное по определенному формату изображения, в состав которых входит рисунок и описывающая его неожиданная фраза, которая является своеобразным слоганом. Молодежь воспринимает мемы, как что-то эмоционально необычное. Именно это и вызывает у них столь яркий интерес. Обычно представляя себе мем, молодые люди выделяют эмоциональную и фактическую его составляющую. Также они определяют в любом меме то, на сколько он смешной. Максимально положительно молодежь оценивает абсурдные и оригинальные мемы. И как правильно «борода-тость» мема не имеет значения. Любой мем актуален, если он по-настоящему веселит и радует сознание. Мемы используются в повседневной жизни молодого поколения, так как они любят постоянно получать положительные эмоции. Эти самые эмоции описываются сленговыми выражениями, которые уже сами по себе являются тоже мемами. Также стоит отметить, что молодежь использует мемы для связи слов в предложениях и для выявления принадлежности к группе «своих», обычно определяемой по возрасту.

Однако молодые люди отрицательно относятся к тому, что мемасы используются в рекламе. Главной причиной этого является то, что мемы используемые в рекламных акциях, как правило, уже являются «бородатыми», тем самым лишая рекламу новизны и должного эффекта от её просмотра. Но всё же на такого рода рекламу всегда обращается внимание. Поэтому благодаря использованию мемов можно легко заинтересовать молодёжь в прочтении любой новости.

Список использованных источников:

1. Михайлов В. А., Михайлов С. В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества. URL: http://russcomm.ru/ca_biblio/m/mihaylov-mihaylov.shtml (дата обращения: 29.10.2020).

2. Сычев А. А. Юмор в интернет-коммуникации: социокультурный аспект. URL: www.abc-globe.com/sichev.htm (дата обращения: 29.10.2020).

3. Щурина Ю. В. Прецедентные элементы в структуре малых речевых жанров комического // Российский лингвистический ежегодник. – 2006. – Вып. 1(8). – С. 77-84.

4. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. – С. 180-181.

МЕМЫ КАК ЧАСТЬ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Волкова В. В., студент

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор
Кемеровский государственный университет
vichka.volkova.2002@mail.ru

Феномен мемов уже давно укрепился в сознании молодежи, это стало неким культурным достоянием. Многие не могут представить жизнь без мемов, употребляя их в повседневной речи. Благодаря мемам появляются новые слова и выражения. Как все-таки мемы влияют на русский язык обогащают или способствуют его деградации? И какого влияние этого феномена на молодежь и ее самовыражение?

Для начала нужно понять, что же такое мемы и углубиться в их историю.

Уже давно люди перестали созваниваться и встречаться так часто как раньше, тем более в связи с эпидемиологической ситуацией в мире, все перешло в онлайн-формат. Появились различные социальные сети и мессенджеры, с помощью которых люди могут общаться на расстоянии посредством невербальной коммуникации. Интернет-общение совершенно не похоже на общение в живую, поэтому одной из особенностей коммуникации в социальных сетях стали мемы, которые упростили общение и завоевали всеобщую любовь. Мемы все чаще меняют форматы подстраиваясь под современного пользователя. И так что же такое мемы и как они появились?

Мем – это культурный код, единица культурной информации. Мемом является любая идея, символ, манера или образ действия, осознанно или неосознанно передаваемые от человека к человеку на основе подражания. Подражание является основополагающим, потому что именно на этом и строится весь механизм возникновения мема. Мемы не зависят от конкретной ситуации, а представляют собой универсальный код. На практике это выглядит, как использование одного и того же мема в отличных друг от друга ситуаций. Другими словами, мем становится мемом только тогда, когда из конкретного прецедентного события превращается в бесконтекстную единицу информации. Мемы универсальны, они не зависят от конкретной ситуации и именно это является их отличительной чертой. Мемы – это неотъемлемая часть искусства, как вид сетевого фольклора.

Исследованием мема как феномена занимались многие западные ученые с 1970-х годов. Ему посвящена научная дисциплина меметика. В 1976 году английский учёный Ричард Докинз выпустил книгу «Эгоистичный ген», которая ознаменовала зарождение меметики как науки. Термин «мем» Р. Докинз придумал, взяв за основу греческое слово «подобие». По мнению Р. Докинза, подобно генам, мемы являются репликаторами, то есть объектами, которые для размножения копируют сами себя. Мемы могут видоизменяться, комбинироваться и разделяться, чтобы формировать новые мемы. Они участвуют в борьбе друг с другом за ресурсы (умы людей-носителей), и, в результате, подвергаются естественному отбору [1].

Концепция мема развивается в работах другого ученого Дугласа Рашкоффа, который переносит её на медиапространство. Книга Д. Рашкоффа «Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание» (далее – «Медиавирус») развивает идеи Р. Докинза и переносит понятие мема в медиасреду. Если у Р. Докинза «мем» – это некая единица информации, аналогичная «гену» в генетике, то «мем» Рашкоффа – это сложный вирус, имеющий разное происхождение. Медиавирусами он называет те явления и события (медиасобытия), которые косвенно или непосредственно воздействуют на общество. Соответственно, в одноимённой книге Рашкофф описывает примеры того, как различные медиа воздействуют на общество и манипулируют общественным мнением.

Концепция Д. Рашкоффа распространяется на период второй половины XX века. Именно тогда, по его мнению, общество перешло в новую эпоху, называемую им «инфосферой». Она даёт благоприятную почву для зарождения и распространения таких явлений, как медиаактивизм, политический пиар, интерактивные СМИ, медиавирусы и т. д.

Вызывая интерес у потребителей медиа и распространяясь, медиавирусы, как утверждает Рашкофф, «способны вызвать серьёзный сдвиг в массовом сознании» [2].

Первоисточниками для мемов может послужить все что угодно: высказывание знаменитостей, например, высказывание украинского президента В. Зеленского «выйди отсюда, разбійник», сцена в фильме «Мстители: финал – какой ценой? – Ценой всего или сериале «Ведьмак» песня про то, что ведьмаку нужно заплатить чеканной монетой, видеоигре «Ведьмак 3: Дикая охота» персонаж Ивасик высказывался о своем месте обитания: «А чем тебе мое болото не нравится? Я тут всю жизнь живу и всем советую» или аниме, где герой аниме «Огненная птица», путающий бабочку с голубем. политические события в СМИ - обнуление президента РФ, предмет искусства - сотворение Адама и многое другое.

Итак, это юмор «не для всех», а лишь для тех, «кто понимает»: эффект интернет-мемов рассчитан на определенную аудиторию. Однако благодаря открытости интернет-пространства мем нередко становится известен широкой аудитории, преодолевая заданные ограничения, что представляет особый интерес для изучения.

В современном интернет-пространстве функционируют следующие типы интернет-мемов: текстовый мем (слово или фраза), мем-картинка, медиафайлы и песни, демотеваторы.

Для полного понимания, нужно дать характеристику каждому из них.

Текстовые мемы – это слова, словосочетания или фразы, нередко используемые с орфографическими ошибками намеренно: привед, кэп, донкихот, мыш кродеться и др.

Мем картинка – это изображения, сделанные в графическом редакторе «Photoshop», получили название фотожаба. Одной из популярных фотожаб стала фотография свидетеля из Фрязино. Фотография мужчины, смотрящего на зрителя, в кожаной куртке и белых спортивных штанах «Adidas». Изначально появилась на сайте Лепрозорий, а оттуда распространилась по множеству других форумов. На фотографии, сделанной напротив Фрязинского ЗАГСа, были изображены молодожёны, а слева от жениха стоял некий человек с хорошо запоминающейся внешностью, при первом взгляде на которого возникало предположение, что это отец жениха или свидетель на свадьбе. Одежда, не соответствующая событию, суровый недовольный взгляд и характерная поза, позволяющая легко вставить изображение практически в любую фотографию, привели к появлению огромного количества фотожаб с его участием. Позднее в Интернете появились другие фотографии «Свидетеля», сделанные узнавшими его людьми.

Медиафайлы и песни – это различные видеоматериалы и песни, ставшие поводом для создания мемов. Nyan cat – вирусный видеоролик, ставший популярным в 2011 году. Представляет собой анимацию с летящим котёнком и развевающейся позади него радугой. Сопровождается ритмичной мелодией с «няканьями» (мяуканьями). Выложен пользователем saraj00n в апреле 2011 года и собравший за все время около 51 500 000 просмотров.

Демотеваторы – составленное по определенному формату изображение, состоящее из рисунка и комментирующей его неожиданной надписи-слогана. Для продуцирования и восприятия демотиваторов необходимо не только наличие чувства юмора, но и способность увидеть явления в ином ракурсе [3].

Изучив историю и терминологию, можно вернуться и к вопросу о самовыражении молодежи. Мемы являются одним из способов показать свое «Я». Самовыражении в наше время происходит не только за счет нестандартной внешности, музыкального вкуса и стиля в одежде. Сейчас в приоритете интернет и подростки большую часть времени проводят именно там, создавая что-то и показывая это другим. Например, многие юноши и девушки снимают «мемные» видео в тик ток, создавая какие-то жизненные ситуации, которые в последствии становятся мемами и набирают популярность. Эти видео начинают пересылаться друг другу. Мемы это не только какие-то смешные надписи, картинки и видео, но также и какие-то жизненные ситуации, именно поэтому они и набирают такую огромную популярность, ведь люди не остаются к ним равнодушными, им хочется показать их своим друзьям и знакомым. Так же не все мемы нацелены на массовость, некоторые относятся только

к определенному кругу лиц и это так же становится способом показать свое «я» и найти новых знакомых со схожими интересами.

Так же мемы повлияли и на массовую культуру. Про них стали писать песни и упоминать в фильмах и сериалах, это все так же можно приурочить к самовыражению. Такими примерами может послужить трек Данила Кашина и Руслана Тушенцова «Мемы», в котором есть такие строчки: «Ведь забыты давно все мои проблемы, и в жизни остались только лишь мемы» и песня Алены Швец с одноименным названием. Эти композиции являются сатирой на современное общество, в котором мемы являются важной частью жизни человека. Так же мемы были и в видеоигре «Watch Dogs 2» и сериале «The Boys», где показывалось, как мемы оказывают влияние на медийных личностей. Была показана сцена, где определенные негативные действия, повлекли за собой создание мемов про супергероя Патриота. Патриот обладает неуязвимостью к различным видам физического воздействия, но даже такой человек не смог сдержать эмоций при виде того, как на основе его действий стали делать мемы. Так же нельзя и исключать тот факт, что мемы это не только феномен молодежного движения, но и поколения постарше, которое так же активно использует их, но пока только онлайн.

Так же мемы иногда поднимают важные темы или дают какую-то информацию, так называемые исторические мемы, из которых можно узнать, что Ольга сжигала древлян, Гитлер напал на СССР в 4 утра, в СССР была национализация, кто организовал революцию 1917 года, Кутузов отдал приказ сжечь Москву и многое другое.

Но есть и обратная сторона мемов, это так называемые мемы, которые угнетают других людей, черный юмор вполне может существовать, но в рамках разумного, не переходя эту черту, мем не источник агрессии а средство ее выражения. Недостатком популяризации мемов может служить то, что отдельные люди переоценивают смысл заложенный в тот или иной мем или воспринимают его на свой счет, это даже может послужить причиной судебного разбирательства как например Мария Мотузная, которая «репостила» мемы с афроамериканцами и была привлечена за это к ответственности.

Еще можно привести пример, как безобидный мем стал причиной травли человека. Оля Тыква, которая записала видео, не преследующее цели оскорбить кого-либо, в котором начала свой диалог с воображаемым собеседником на тему ЛГБТ с фразы можно я подсяду, после это стали появляться мемы с фразой можно я подсяду и различными ситуациями, а люди начали «травить» блогера за высказывания про ЛГБТ, размещать ее личные данные, в комментариях под видео начали появляться угрозы в адрес девушки и ее родственников. Но это не является отрицательной стороной мемов как явления, а лишь проблемой восприятия действительности отдельных людей.

Так же был задан вопрос о том вредит ли русскому языку употребление мемов в повседневной речи? Мемы можно приравнять к заимствованию новых слов из других языков, нельзя однозначно считать это обогащением русского языка, но и как таковой деградации не наблюдается, ведь мемы не «живут»

долго, как они быстро становятся популярными, так же быстро и забываются. Это часть нашей культуры, без которой не обойтись, но также и нужно знать рамки дозволенного. Нельзя использовать мемы в официальном диалоге, в какой-то формальной обстановке, так же, как и сленг. На эту тему высказывался доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка РГПУ им. Герцена в эфире телеканала «Санкт-Петербург» Валерий Ефремов: «Обращение в разговоре к мемам сродни использованию фразеологизмов и цитат. Так, кто-то включает в речь приличные высказывания, а кто-то – нет. Одни цитируют Вениамина Ерофеева, другие – что-нибудь похабное. Как и любые другие украшения, мемы стоит вводить в речь аккуратно».

Подводя итоги из вышперечисленного, можно сделать вывод о том, мемы – это вирусное явление, которое может развиваться в результате естественного отбора аналогично биологической эволюции. Мемы делают это посредством процессов вариации, мутации, конкуренции и наследования, каждый из которых влияет на репродуктивный успех мема. Мемы, которые распространяются менее активно, могут исчезнуть, в то время как другие могут выжить, распространиться и мутировать, как выразился Генри Дженкинс: «если вы не распространяетесь, вы мертвы». В мемах можно найти много положительных сторон: во-первых мемы помогают самовыражаться и находить свое «Я» молодежи, во-вторых мемы уже давно вышли за рамки интернет-пространства и активно завоевывают массовую культуру, интересным фактом является то, что изначально массовая культура и породила множество мемов, а теперь они появляются в самих сюжетах массовой культуры, в-третьих феномен мемов не так плох для русского языка, ведь запрет мемов повлечет за собой изменение культурного наследия. Но также как и в любом явлении есть отрицательные моменты,

В заключении можно сказать, что не целесообразно бороться с тем, что молодежь старается показать себя с помощью создания и использования мемов. Мемы – не плохо! Мемы – часть нашей культуры, атрибут современного цифрового общества.

Список использованных источников:

1. Докинз Р. Эгоистичный ген. URL: http://transyoga.ru/assets/files/books/okolo_psihologia/dokinz_egoGen.pdf (дата обращения: 13.11.2020).
2. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура воздействует на наше сознание. URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Rashk/01.php (дата обращения: 13.11.2020).
3. Зиновьева Н. А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология интернет-мемов // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 1. – С. 195-201.
4. Mempedia. URL: <https://memepedia.ru/> (дата обращения: 13.11.2020).

КРЕАТИВНОСТЬ ОБРАЗНОГО САМОВЫРАЖЕНИЯ В МЕМАХ: АРХЕТИПЫ СОЦИАЛЬНОГО

Каличкин К. К., студент

Научный руководитель – Грицкевич Т. И., д. филос. н., профессор
Сибирский государственный индустриальный университет
text2401@mail.ru

Образы, способные объединять людей в социальном пространстве, всегда вызвали исследовательский интерес и симпатию к автору. Сегодня по-прежнему невозможно объяснить феномен популярности визуальных шуточных образов – рисунков, мгновенно вызывающих в сознании людей единый социальный смысл. Социальная история XX века подарила много жанров изобразительного мастерства. Среди них листовки, плакаты, символика организаций или мероприятий, карикатура. Все они далеки от классических жанров, но стали востребованы в культуре трансляции социальных смыслов.

Социальное взаимодействие в цифровых сетях породило в начале XXI века новый жанр. Сегодня не утихают споры критиков о том, стоит ли мемы считать жанром изобразительного искусства, способного нести значимую для культурного сообщества информацию.

Но все едины в одном – мем зародился как жанр комедийного искусства, который с помощью простого визуального ряда способен действовать на подсознание человека и вызывать ассоциации с базовыми архетипами бессознательного. Сегодня мемом может стать любая идея, символ, жест, манера поведения, которая становится информационно значимой только лишь в определенном социально-культурном контексте. Выявляя значение этого социально-культурного феномена в обмене образами, имеющими подтекст и смысл, Ричард Докинз в 1976 году сравнивал единицу интеллектуального смыслообраза – мему с единицей жизнедеятельности – геномом. Никто не предполагал тогда, что этот феномен обмена информационными образами культурного подтекста станет разновидностью и единицей обмена в социальных сетях.

Мемы способны отсылать воспринимающего человека к каким-либо политическим событиям, насущным социально-экономическим проблемам, личным индивидуальным переживаниям, эмоциональным состояниям, знаковым событиям человеческой жизни. В силу особенности социальных коммуникаций [1, С. 10; 2, С. 63-65; 3, С. 384; 4] и цели поделиться с аудиторией неким смыслом, созвучным твоему настроению сейчас, мемы получили особое распространение именно в социальных сетях благодаря простоте создания и актуальности тематики самовыражения. Мемы активно используются в основном у лиц среднего школьного возраста, способных понять образный смысл изображения, его ассоциацию. Порог возраста обмена в социальных сетях мемами не исследовался, но полагаю, что люди пенсионного возраста с удовольствием обмениваются мемами созвучными состоянию души поколения золотого возраста.

Сам мем представляет собой изображение, в создание которого его создатель-автор вкладывает определенный смысл. Образ, который строит автор, выбирая порой сильно трансформированные и далеко не идентичные реальным образам предметов, несут в себе достаточно полный содержательный смысл. Феномен восприятия таких сборных образов в один единый собирательный смысл строится на возможности автора символично отражать какое-то злободневное или актуальное социальное явление, а лицам, зрительно воспринимающим картинку мема или аудио-визуальный ряд мема, воспроизводить в своем сознании ассоциативные образы, созвучные замыслу автора или, наоборот, расширяющие смысл к дополнительным социально-психологическим ассоциациям. По сути, мемы строятся и из разных аспектов современной культуры в зависимости от заложенного автором в них контекста.

Исследовательский интерес сегодня вызывают разновидности мемов, имеющие популярность среди молодежи, мемы, ставшие выразителями смыслообразов молодежных субкультур.

При этом исследования мемов, мемплексов, являются, не признанной как научное знание, исследовательской областью миметики [5, С. 99; 6, С. 188].

Однако такое широкое использование в социальных коммуникациях, особенно в интернет-коммуникациях мемов, исследование этого социального явления культуры общения сегодня делают одним из актуальных для политологов, социологов, психологов, искусствоведов.

Исследуя феномен репликации мемов, смысловых контекстов мемов российской молодежи используемых в социальных сетях, можно обратить внимание на следующие особенности:

1. Многие исследователи пытаются в силу рационального упорядочивания информации выделить разновидности мемов согласно тематической направленности – политические, религиозные, социально-культурные, карикатурные и т. п.

2. Часть исследователей уже выявили некие феномены мемплексов (меметические комплексы, группы мемов) и анализируют такие явления как интернет-мемы, медиавирусы, мем-фейки.

3. Политологи анализируют социальный факт осознанного ответного террористического действия на публикацию или демонстрацию религиозных мемов на пророка Мухаммеда с подтекстом французской культуры и ментальности (неоднократные теракты в ответ на публикации газеты «Шарли» (Charlie Hebdo)).

4. Социологи фиксируют феномены появления нового стиля социальных коммуникаций, основанного на передаче информации и поддержке включенности личности в большие социальные группы, сообщества именно на обмене мемами. Мемы явления смарт-культуры.

5. Филологический интерес к когнитивным механизмам формирования смысловой передачи информации в мемах (в классической триаде семиотики имя-значение-смысл).

Политические мемы, пожалуй, самый ангажированный вид, поскольку они несут непосредственно пропагандистский характер, закладываемый автором не независимо или в зависимости от его политических взглядов. В первую очередь они призывают показать ущербность или несостоятельность враждующих политических идеологий, придают смысл актуальной политической ситуации или проблеме. В основе данных мемов лежит систематизация идеологических конструкций политических устоев стран, наций, политических движений, партий. Автор политических мемов может оперировать историческими или экономическими справками, чаще апеллирует к карикатурности изображения внешнего вида или непосредственного оскорбления. Эти мемы чаще исследуются политологами.

В силу малодоступности и приватности объекта исследования в интернет-сети среди молодежи активно используются «боевые мемы» – мемы применяемые в спорах или иных видах сетевого общения в интернет-сообществах. Такие мемы, по сути, близки политическим и, заключаются в прямой цели оскорбить, высмеять, унизить личность собеседника. Поскольку чистые мемы направлены на высмеивание не политического а социально-поведенческого события, то чаще всего они используются в узком кругу лиц, связанных или осведомлённых о произошедшем событии с избранным в качестве внимания для обмена мемами. В них входят мемы разной тематики от игровой до личной.

Среди них есть откровенные «булинг мемы» – этот тип мемов направленных на высмеивание других людей, их ошибок, неудач, высмеивании и троллинге якобы значимости социально-культурных событий для сообщества, города, субъекта федерации, страны... В отличии от «чистых мемов» данные мемы, исходя из своего названия, ставят цель публично высмеять человека в социальных сетях. В результате чего личность, публичная персона, политический, общественный или социальный деятель, имеющий когда-то некий авторитет, его теряет с ещё большей силой. Некоторые исследователи данный тип мемов в принципе относят к кибербулдингу, связанному исключительно с интернетом, то есть с действием, имеющим значение только в социальных сетях [7, С. 72]. Хотя фактически это целенаправленное осознанное воздействие на деловую и общественную репутацию человека.

Из-за своей широкой распространённости как элемента социальных коммуникаций, мемы могут прямо влиять на сознание и восприятие большинства людей [8, С. 464; 9, С. 403-404]. Мемы способны влиять на общественное восприятие коммерческих или общественных организаций, привлекая внимание или наоборот отталкивания. Эффект будет проявляться особенно явно для крупных резонансных событий. Например, в геймерском сообществе такая тенденции наблюдалась сильнее всего при очередном переносе резонансной игры Cyberpunk 2077 [10].

Также мемы способны формировать отношение к историческому объекту, раскрывать его значимость для общественного развития или оттолкнуть

от него молодое поколение. Мемы вполне обоснованно можно назвать реинкарнацией политических плакатов и агиток прошлого двадцатого века. Как и в плакатах, в них встречаются призывы к классовой борьбе и к национальной ненависти. Опасность же этого заключается в невозможности влиять, контролировать данный ресурс.

Поколением-К, активным в 2020 году, мемы в социальных сетях уже не воспринимаются чем-то не обыденным. Они являются частью непосредственной жизни большинства юзеров социальных сетей. Между тем, поддержать сообщества людей считающих мемы новым словом в искусстве XXI века сложно, ведь образность восприятия человеком окружающего мира является больше непосредственным атрибутом интеллектуальной деятельности. Искусством оно становится при формировании значимости, ценности и особого мастерства создателя. При этом, воздействие мемов на современную культуру социальных коммуникаций невозможно недооценить. Поскольку мемы живут и создаются по большей части из уже готовых культурных аспектов, таких как фильмы или игры, мемы являются маркерами самовыражения людей в современном обществе. Можно сказать, что мемы становятся упрощенными смыслообразами цифровой цивилизации, несущими быстрый культурный контекст.

Можно ли считать мемы новым словом в искусстве? Наверное, нет. Ведь как было выше отмечено, мемы это трансформация образа политической карикатуры начала XX века. Она не стала ценностью художественной культуры, но стала историей творчества. Мемы тоже уже стали цифровым творчеством, получившем распространение в социальных сетях благодаря своей простоте и доступности восприятия обывателя.

Список использованных источников:

1. Грицкевич Т. И. Смыслы как порождение социальных взаимодействий / Актуальные проблемы современного гуманитарного знания: сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием; под общей редакцией З. А. Медведевой, О. Э. Васькиной. – Кемерово, 2020. – С. 10-12.

2. Грицкевич Т. И. Антиномии идентичности и индивидуальности в поиске оснований социального взаимодействия / Социальные коммуникации: философские, политические, культурно-исторические измерения: сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Кемерово, 2020. – С. 62-67.

3. Goldshmidt E. S. Gritskevich T. I., Mesheryakova S. M., Cherepanov A. Y. Concept of Noospheric Education: Innovative Methods For Developing Personal Cognitive Strategies / The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. – Vol. XXXV. – No 45. – Pp. 383-394.

4. Прокопенко С. А., Грицкевич Т. И., Равочкин Н. Н., Дягилева А. В, Исследование сущности интеллектуально инновационного потенциала горного инженера // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). – 2020. – № 7. – С. 155-177.

5. Бочаров А. Б., Демидов М. О. Мемы, Мем-вирусы: их сущность и распространение в инфосфере и медийном пространстве // Управленческое консультирование. – 2020. – №9 (141). – С. 92-100.
6. Канашина С. В. Семиотическая природа интернет-мема. Интернет-мем как симулякр // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2015. – № 22 (733). – С. 188-125.
7. Овчинников Ю. Д., Холодков М. Ю. Интернет- мем как феномен современной информационной культуры // Социальное воспитание. – 2015. – № 2 (6). – С. 72-75.
8. Пешкова Н. П., Титлова А. С. История одного мема (мем как прецедентный текст в микроблоге) // Динамика языковых и культурных процессов с современной России. – 2018. – №.6. – С. 461-465.
9. Gritskevich T. I., Kazakov E. F., Konovalov A. B. Value Of Reforming Social And Economic Models Of Interaction In Society Development / The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. – Vol. XXXV. – No 49. – Pp. 402-428.
10. Столяров А. А. Политические мемы эпохи «Facebook-революции» как способ конструирования медиареальности // Медиаскоп. – 2014. – №3 – С. 3-7.

МОЛОДЕЖНЫЙ АКТИВИЗМ И МОЛОДЕЖНЫЕ ДВИЖЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

МОЛОДЕЖЬ В ГОРОДСКИХ СООБЩЕСТВАХ ГЕРМАНИИ

Ефременко А. А., студент
Научный руководитель – Васютин С. А., д. ист. н., доцент
Кемеровский государственный университет
efremenko.alenka@mail.ru

Молодежь в современном мире играет важную роль в жизнь каждого государства. Она является весомой частью общества. Особенно активны городские молодежные сообщества.

В Германии молодежь рассматривается, как активный участник жизни города, городских сообществ. Более 25 % молодежи Германии состоят в разных городских сообществах, союзах и молодежных организациях. Для современной молодежи важны такие понятия, как: свобода, уважение, толерантность, охрана окружающей среды и безопасность. Молодые люди участвует в сообществах разного характера:

- политические сообщества – активно участвуют в политической жизни Германии и имеют четкую идеологическую принадлежность (в ФРГ почти все политические партии имеют молодежные организации);
- экологические сообщества – ведут борьбу за окружающую среду;
- религиозные сообщества – помогают молодому человеку стать настоящим христианином;
- организации по интересам – молодые люди, объединенные общностью интересов: музыкальных, спортивных, образовательных и др.

Если выделять сообщества по интересам в Германии, то стоит отметить спортивные сообщества. Например, фан-клуб футбольной команды «Боруссия Дортмунд». Среди болельщиков большое количество молодежи. Болельщики клуба всегда поддерживают свою команду, даже во времена кризиса.

Образовательная организация Studentenwerk предоставляет государственные услуги по экономической, социальной, медицинской и культурной поддержке студентов, обучающихся в немецких университетах.

Управлением молодежной политикой в Германии занимается Федеральное министерство по делам семьи, пожилых людей и молодежи - Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) [1]. BMFSFJ осуществляет контроль исполнения федеральных законов, например, «Закон о благосостоянии детей и молодежи» и «Закон о защите молодежи».

Оно также находится в тесном контакте с другими федеральными министерствами, федеральными землями и муниципалитетами.

Главная функция BMFSFJ защита интересов молодежи во всех политических областях. Кроме того, Федеральное министерство молодежи участвует

в реализации и дальнейшем развитии европейских молодежных программ. Привлекает независимых экспертов для предоставления информации о положении молодежи в Германии, и продвигает соответствующие исследовательские проекты. Оно также отвечает за федеральный план по делам молодежи, центральный общенациональный фонд финансирования работы с молодежью [1].

Координационным органом по вопросам европейской и международной молодежной работы является «Немецкий национальный комитет по международной молодежной работе» (DNK) [2]. Задача DNK состоит в том, чтобы объединить людей в молодежные организации и представлять их в Европе, и во всем мире. Организация поддерживает программу молодых делегатов ООН.

DNK – это рабочая группа, которая включает в себя три молодежных организации:

1. Федеральное молодежное объединение Германии (DBJR);
2. Круг политической молодежи (RPJ);
3. Немецкая спортивная молодежь (DSJ).

DBJR представляет интересы молодежи в парламенте и правительстве, а также в европейских институтах. Это влияет на молодежную политику и развитие молодежного законодательства.

Объединение работает в интересах молодежи в многочисленных образовательных и благотворительных организациях. Это делает позиции молодых людей видимыми для общественности и академических кругов. Оно объединяет и укрепляет сотрудничество своих членов [3].

В DBJR входят около 6 миллионов молодых людей. Их объединяет склонность в борьбе с милитаристскими, тоталитарными и дискриминационными тенденциями.

В последние годы возрос интерес молодежи к политике. Молодежные организации, объединившиеся в «Круг политической молодежи» (RPJ), видят свою главную задачу в воспитании молодых людей, чтобы они стали свободными гражданами. По их мнению, это является одной из важнейших задач демократического государства.

«Круг политической молодежи» видит дальнейшие задачи в заинтересованности молодых граждан в политике, вовлечение молодежи в активное участие в политической жизни Германии.

Молодежная организация «Немецкая спортивная молодежь» самая массовая молодежная организация Германии. Её членами являются более 10 миллионов человек.

Данная организация работает в трех направлениях:

1. Молодежные организации центральных ассоциаций (профессиональные ассоциации);
2. Областная спортивная молодежь;
3. Молодежные организации с особыми задачами (организации, которые не ставят спорт в качестве своей главной цели, но прочно закрепили его в своей жизни).

«Немецкая спортивная молодежь» насчитывает более 90000 спортивных клубов в ФРГ.

Спортивные клубы способствуют здоровому физическому, психологическому и социальному развитию детей и молодежи. Спорт помогает подростку сформировать свое отношение к здоровью и правильному образу жизни [4].

Спортивная политика в Германии по отношению к молодежи построена под девизом «Ни один юный талант в Германии, не должен остаться незамеченным».

Таким образом, современная молодежь в Германии, вступая в различные союзы и организации, стремится стать частью общества, ощутить свою полезность для него, активно помогая в осуществлении целей и задач организации.

Большинство молодежных организаций, которые действуют по всей стране, объединены в федеральные союзы молодежных организаций. Молодежные организации созданы для того, чтобы передавать интересы молодых женщин и молодых мужчин в общество. А также создают бесплатные экспериментальные пространства для молодых людей.

Список использованных источников:

1. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. URL: <https://www.bmfsfj.de/> (дата обращения: 30.10.2020).

2. Deutsches Nationalkomitee für international Jugendarbeit. URL: <https://www.dbjr.de/artikel/deutsches-nationalkomitee-fuer-internationale-jugendarbeit-dnk/> (дата обращения: 30.10.2020).

3. Deutscher Bundesjugendring. URL: <https://www.dbjr.de/> (дата обращения: 3.11.2020).

4. Deutsche Sportjugend. URL: <https://www.dsj.de/international/> (дата обращения: 12.11.2020).

ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ ПЕТИЦИИ КАК ФОРМЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО УЧАСТИЯ

Ионов А. С., магистрант

Научный руководитель – Максимов А. М., к. полит. н., доцент

Северный (Арктический) федеральный университет

имени М. В. Ломоносова

ionow.artem@gmail.com

Сравнительно недавно использование глобальной сети в процессах государственного управления и политической коммуникации рассматривалось только со стороны теоретической, в 1990-м году появился первый доступный широким массам браузер, однако доступность сети и её возможности на данном этапе были ограничены для её повсеместного использования. Сегодня же Интернет утвердился в качестве площадки политической коммуникации, с

каждым годом увлекая за собой всё больше людей. Особую роль в вовлечении населения в онлайн-формат сыграла новая коронавирусная инфекция SARS-CoV-2. Люди по всей планете были вынуждены находиться длительное время дома, в изоляции, с возможностью только ходить в ближайший магазин, избегая личных контактов. Однако современные сети коммуникации не оставили нас наедине с самими собой и с их помощью люди могли сохранить социальные контакты, работу и достойный досуг. При этом социально-политическая обстановка во многих государствах стала весьма напряженной. Нахождение граждан «по домам» не привело к решению всех проблем общества, а даже способствовало вовлечению людей в политику в связи с их неприятием ситуации и мер, реализуемых их правительствами. И именно в этих условиях Интернет как канал политической коммуникации получает новый толчок к реализации своих широчайших возможностей для представительства интересов граждан, в рамках которого общество получает рычаги воздействия на государство и на своих сограждан.

Электронная петиция – это классическое коллективное обращение, которое может содержать в себе как требование, так и прошение, и запрос, поданное и распространяемое в сети Интернет [1].

Однако в сравнении с обычной петицией, электронная имеет ряд плюсов: она распространяется независимо на онлайн-платформах и не требует участия людей для сбора подписей, для такого рода петиции не имеет значения расстояние между активной группой, её создавшей и гражданами, при реализации механизмов электронной петиции возможна встроенная идентификация, что приведёт к минимальным искажениям результатов и максимальной чистоте данной процедуры [2]. Механизм онлайн-петиций позволяет одному гражданину донести своё мнение до миллионов сограждан и получить их одобрение, чего в реальности было бы очень трудно достичь и обеспечить. Однако такой способ обращений не лишен недостатков, среди ключевых это низкая культура информационной безопасности, вследствие чего может происходить «жонглирование» результатами сбора подписей. Грамотное использование информационного ресурса способно многократно увеличить поддержку очень спорных инициатив, и таким образом, развязать исполнительной власти руки, позволив политикам исполнить волю народа из интернета, которая может расходиться с реальной волей граждан.

Здесь же важно отметить тот факт, что не во всех современных государствах схожее отношение к электронным петициям. Так, если рассматривать Россию, то в нашей стране есть сервис Российская общественная инициатива, в рамках которого государство должно реагировать на все петиции, собравшие более 100 тысяч подписей, при этом если инициатива касается одного региона или муниципального образования, то не менее 5 % подписей должно быть подано гражданами, проживающими на этой территории. Также в России существует несколько платформ для реализации своих петиций и все они с обязательной идентификацией, подписать их могут только граждане РФ, другие сервисы подачи петиций государством не рассматриваются вовсе [3]. При том,

что РОИ на сегодняшний день не самая популярная площадка для петиций, мало кто знает о ней в принципе, о её возможностях, также среди других схожих площадок её выделяет устаревший интерфейс. Схожая ситуация в США, но там только один легальный сервис подачи петиций зарегистрированными пользователями (которые не обязательно являются гражданами США), однако их рассмотрение исходит из поправки в конституцию, согласно которой нельзя «ограничивать право народа мирно собираться и обращаться к правительству с петициями об удовлетворении жалоб», и по схожим принципам организована эта система в большинстве демократических государств мира [4, С. 123].

Некоторыми исследователями отмечается, что онлайн петиции можно отнести к политическому краудсорсингу, то есть это есть вовлечение граждан в обсуждение и принятие решений политико-социальных вопросов, для того чтобы рационально использовать их способности, знания и опыт. В этой среде принято рассматривать обсуждение проектов законодательных актов и уже рассмотренные нами выше электронные петиции, точнее ответ на них. Одним из самых известных и успешных примеров можно назвать пример Исландии, ставшей первым и единственным государством, где технология краудсорсинга была использована при разработке конституции [5]. В современном мире креация площадок для политического краудсорсинга – необходимый элемент для развития электронного участия. Однако данный механизм может использоваться недостаточно эффективно, в том случае если граждане не будут в достаточной мере информированы о его функционировании и о возможностях принять участие в его работе. Так в России официальный сервис Российская общественная инициатива куда менее популярен и известен среди людей, чем, например, Change.org, однако именно первый сервис закреплён в законе и петиции, размещённые на нём, рассматриваются на уровне государства, второй же сервис этого обеспечить не сможет.

Таким образом, современные условия, вызванные эпидемией коронавируса, способствовали более масштабному и повсеместному применению Интернета, в том числе в политической среде. В условиях борьбы с новым вирусом были ограничены и даже остановлены некоторые классические способы политической коммуникации, что способствовало их переходу в доступные форматы – в онлайн. Одним из таких способов стали уже бывшие некогда популярными электронные петиции, которые и теперь позволили гражданам участвовать в разработке и выдвижении политических предложений, привлекать внимание государства и общества к насущным проблемам и осуществлять контроль деятельности власти на разных уровнях, тем самым осуществлять самое непосредственное участие в формировании актуальной политической повестки. Также считаем необходимым отметить, что чем сильнее будут развиваться информационные технологии, тем глубже такие формы электронного политического участия будут пронизывать нашу повседневность, а то, что изначально казалось многим вынужденной мерой, станет удобным и функ-

циональным инструментом политики для всего человечества. В рамках современной конъюнктуры процесс развития сетевого участия – безусловное благо, поскольку это способствует массовизации участия в инициации, обсуждении и принятии гражданами политических решений. При этом реализация электронного участия сети Интернет не требует существенных затрат, а все процессы происходят в режиме онлайн, вне зависимости от времени, расстояний и эпидемиологических ситуаций.

Список использованных источников:

1. Савоськин А. В. Петиция в России: понятие и содержание // Проблемы обеспечения, реализации, защиты конституционных прав и свобод человека. – 2015. – №. 4. – С. 123-133.

2. Чугунов А. В. Развитие технологий электронного участия: сравнительный анализ порталов электронных петиций в России, США и Великобритании // Информационные ресурсы России. – 2013. – №4. – С. 29-30.

3. Ребрина Л.Н. Онлайн-петиции как форма протестной коммуникации в условиях электронной демократии // МНКО. – 2018. – №3 (70). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/onlayn-petitsii-kak-forma-protestnoy-kommunikatsii-v-usloviyah-elektronnoy-demokratii> (дата обращения: 10.11.2020).

4. Мишин А. А., Власихин В. А. Конституция США: политико-правовой комментарий. – М.: Международные отношения, 1985. – 336 с.

5. Курочкин А. В. Краудсорсинг как новый метод политического управления в условиях сетевого общества // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 9. Ч.1. – С. 78-81.

НЕ ТОЛЬКО «ЯНДЕКС.НАВИГАТОР»: ОСОБЕННОСТИ ВИРТУАЛЬНЫХ МИТИНГОВ НА ИНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМАХ НА ПРИМЕРЕ КЕЙСОВ ИЗ ИТАЛИИ (2007) И ПОЛЬШИ (2011)

Кононенко О. С., магистрант

Научный руководитель – Бронников И. А., к. полит. н., доцент
Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
okey_ok_ey@hotmail.com

20 апреля 2020 года в Ростове-на-Дону, Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге, Саратове и Красноярске одновременно с офлайн-митингом во Владикавказе прошли онлайн-митинги. Свое недовольство действиями властей (основная тема протестов – карантинные меры и недостаточная поддержка бизнеса и граждан во время первой волны пандемии

COVID-19 в России) жители выражали с помощью приложений «Яндекс.Карты» и «Яндекс.Навигатор» («Новая газета» сообщала, что в Новосибирске жители протестовали, используя навигатор «2ГИС») [1].

Эти события вызвали волну дискуссий о том, что онлайн-митинги – новая политическая реальность мира, в котором количество пользователей интернета достигло 4,8 миллиарда человек [2], а мобильные устройства есть у 5,9 миллиарда человек [3]. Однако и в России, и в мире уже случались митинги в интернете, когда протест зарождался и оставался в онлайн, не переходя в офлайн. Так было как минимум в 2007 году в Италии (там профсоюз устроил онлайн-забастовку против местного подразделения IBM в игровом виртуальном мире) и в 2011 году в Польше (там жители Варшавы ополчились против мирового бренда за покушение на городскую достопримечательность и устроили онлайн-протест в Facebook). В современном постинформационном обществе уже давно происходит сближение, проникновение и коадаптация виртуального и физического политического пространства, а современные информационно-коммуникационные технологии открывают предоставляют технологические продукты для осуществления инклюзивных форм политического участия [4, С. 278]. В данной работе мы попытаемся проанализировать онлайн-митинги в Италии 2007 года и в Польше 2011 года с точки зрения того, насколько они похожи или не похожи на апрельский онлайн-митинг в российских сервисах-навигаторах.

Теоретические основания для изучения онлайн-митингов

Развитие виртуального пространства интернета и освоение гражданами различных интернет-платформ для выражения своих позиций по актуальным проблемам заставляет пересмотреть наше отношение к формам политической активности. Согласно ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях», митингом является массовое присутствие граждан в определенном месте для публичного выражения общественного мнения по поводу актуальных проблем преимущественно общественно-политического характера [5]. То есть митинг должен быть публичным, ограниченным в пространстве и времени, а также в ходе него должно выражаться «мнение по поводу актуальных проблем» – это и определяет то, что мы считаем митингом в физическом пространстве.

Для того, чтобы понять политическое действие в онлайн, нужно отказаться от восприятия интернета как пространства для подготовки к «реальному» действию, и перейти к рассмотрению митинга как сообщения и как события. Чтобы рассмотреть митинг как сообщение, нужно проанализировать его с точки зрения наличия у него, как у сообщения, адресантов (обычно власти, внешняя аудитория или сторонники) и эффективности коммуникации с этими адресантами (вертикальная коммуникация с широко понимаемой «властью» для донесения своих требований, беспокойства или поддержки, горизонтальная коммуникация с внешней аудиторией для формирования солидар-

ности, набора сторонников или агитации, и центростремительная коммуникация со сторонниками для укрепления связей, формирования идентичности и подтверждения солидарности) [6, С. 21].

При рассмотрении митинга как события ключевыми фигурами становятся участники и наблюдатели. Участники делают все, чтобы акция состоялась (присутствуют в определенном месте в определенное время и выполняют заранее оговоренные действия). Наблюдатели подтверждают факт того, что митинг состоялся, тем, что, во-первых, сами наблюдают событие и, во-вторых, сообщают о своих наблюдениях [6, С. 23].

Такая двуединая призма – «митинг как событие» и «митинг как сообщение» – в отличие от не успевающих за развитием прогресса и последующей за ним трансформации политического участия законодательных актов помогает лучше проанализировать митинги, протесты, забастовки и другие акции в интернете.

Кейс Италия-2007. Онлайн-забастовка в виртуальном мире Second Life

В 2007 году итальянский профсоюз Rappresentanza Sindacale Unitaria (RSU) проводил переговоры с компанией IBM, в результате которых хотел добиться от компании надбавки к зарплате в размере 60 евро каждый год, пенсионных отчислений, инвестиций в здравоохранение и информационных прав для рабочих. В IBM требования не удовлетворили, отменили предусмотренный для всех рабочих ежегодный бонус в размере 1000 евро и предложили более скромную надбавку в размере 6 евро в год. Тогда RSU, заручившись поддержкой Международной Сети Профсоюзов (UNI), решил провести первую виртуальную забастовку. Ее описание приводится в статье Бриджит Мари Блоджетт [7] и совместной статье Бриджит Мари Блоджетт и Андреа Тапия [8].

Онлайн-протест планировалось провести в период между 17 и 30 сентября. В качестве платформы был выбран виртуальный мир с элементами социальной сети Second Life. UNI обратилась с призывом участвовать в онлайн-протесте к сообществу Second Life, а также ко всем работникам профсоюза, его членам и членам общественности, сочувствующим RSU. Накануне события UNI сообщила, что к онлайн-протесту присоединятся люди как минимум из 18 стран, включая 500 работников IBM, и профсоюзы из 16 стран, включая Индию. В течение недели UNI учредили рабочую группу «IBM Second Life – Strike International Taskforce», которая, по-видимому, и была главным организатором протеста. В течение следующих 20 дней рабочая группа решала технические, юридические, логистические вопросы и вопросы безопасности.

Примечательно, что UNI хотела мобилизовать и людей, которые не знакомы с виртуальным миром Second Life. Специально для них на своем сайте они выложили базовое руководство, которое обучает, как создать аккаунт, установить ПО, передвигаться по миру и попасть на Остров Содружества (ме-

сто обитания сообщества прогрессивных активистов в Second Life – там и планировалось провести забастовку). Руководство содержало картинки, чтобы сориентироваться могли даже потенциальные участники со слабыми техническими навыками. Инструкции также содержали информацию о том, как получить комплект виртуальной одежды для забастовки и надеть его на своего виртуального персонажа – комплект содержал официальную футболку, несколько транспарантов и воздушных шаров.

Пользователи должны были одеть своего персонажа в футболку и установить ему одно из двух – транспарант или воздушный шар – но не раньше времени начала акции. Акция началась 27 сентября 2007 года и продолжалась с 4 утра до 4 дня по североамериканскому восточному времени. Количество участников протеста достигло 1853 человека из более, чем 30 стран. Протест охватил 7 локаций IBM в рамках Second Life – в основном, IBM в Италии и Бизнес-центр IBM. Люди собрались на определенных ранее местах и выстроились в линию пикета, которая заблокировала входы и публичные пространства на большинстве хорошо известных площадок IBM в виртуальном мире Second Life. Группы протестующих маршировали, демонстрировали огромные плакаты и кричали протестные слоганы.



Скриншоты онлайн-забастовки в виртуальном мире Second Life

Как и настоящая забастовка, забастовка UNI привлекла посторонних протестующих и враждебно настроенных оппонентов. Были и странные участники. Два наиболее обсуждаемых странных случая – это персонаж в костюме банана, на самом деле протестующий против IBM с транспарантом «Честная работа – честная оплата! Пожалуйста, не забирайте все наши деньги! (на английском в рифму и мелодично: «Fair work, Fair pay! Please don't take all our money away!»), и персонаж в форме большого зелёного треугольника с плакатом «Я БОЛЬШОЙ ЗЕЛЁНЫЙ ТРЕУГОЛЬНИК».

Несмотря на некоторые технические неполадки, UNI заявила о том, что забастовка удалась. Акция действительно оказалась довольно успешной. По словам организаторов, в ней приняли участие 1853 человек из 30 стран, а само

событие получило широкое освещение в СМИ [9]. IBM отказалась комментировать ситуацию. А уже 24 октября UNI сообщила об отставке Андреа Понтремоли, главы IBM в Италии, предположительно после жалобы IBM на то, как команда IBM в Италии справилась с ситуацией переговоров. По-видимому, он был ответственным за сокращение выплат.

5 ноября, после угроз UNI о том, что забастовка может перейти из виртуального мира в реальный, было объявлено, что RSU и IBM в Италии заключили новый контракт, по которому бонус в 1000 евро восстанавливался на 3 года, а IBM также соглашалась на выплаты в национальный страховочный фонд, продолжение переговоров по промышленной и бизнес-стратегии в Италии и развитие политики внутренних коммуникаций.

Кейс Польша-2011. Онлайн-протесты в Facebook

В марте 2011 компания «Адидас» решила перекрасить в рекламный баннер стену вокруг трека ипподрома в Варшаве. Стена длиной 1.5 километра полностью покрыта граффити – она считается легендарным местом для польских граффитистов. 25 марта стена была огорожена барьерами, ее начали перекрашивать в чёрный цвет. Это вызвало возмущение жителей Варшавы, которое привело к онлайн-протесту – он был подробно проанализирован в статье Якуба Новака [10].

В тот же день 25 марта в социальной сети Facebook была создана страница Adisucks. В описании этой страницы было сказано, что цель ее создания – объявить бойкот продуктам компании «Адидас» и дать компании понять, что бренд поступает неправильно. Пользователи Facebook на этой странице призывали к бойкоту компании, защите стены и «бомбардировке» электронной почты «Адидас» и рекламного агентства, ответственного за акцию, своими письмами.

К вечеру следующего дня страница Adisucks собрала 10 000 лайков, и об этой инициативе написало несколько польских новостных веб-сайтов и основные городские СМИ Варшавы.

Через два дня после начала работ количество лайков этой странице достигло 13 000, а информация о протесте была опубликована на главной странице крупнейшего новостного веб-сайта страны Gazeta.pl (новость публиковалась снова и снова, поскольку тиражировалась вместе с последними новостями). Уже на этом этапе компания «Адидас» остановила работы у стены.

На третий день количество лайков достигло 21 000, новость о протесте попала на вторую страницу Gazeta Wyborcza – второй по величине польской ежедневной газеты. Ссылками на страницу Adisucks делились с друзьями, а подписаться и лайкнуть уже призывали известные блогеры и артисты. В конце концов, компания «Адидас» опубликовала обращение, в котором было сказано, что она выходит из проекта и прекращает работы.

В течение нескольких дней с создания странички она стала популярной среди пользователей Facebook, ее стали упоминать в мейнстримных польских медиа, соцсетях, на телевизионных шоу. Эта история стала чуть ли не главной

темой для обсуждения в Польше, и уж точно стала такой в Варшаве. За время существования профиля Adisucks в нем были опубликованы сотни комментариев и изображений (среди которых были скриншоты заявлений компании «Адидас» и известных личностей, фотографии с места событий и мемы), поставлены тысячи лайков, а самое главное – был достигнут желаемый результат – остановка работ компании «Адидас» у легендарной стены.

Из анализа приведенных выше кейс-стади онлайн-протестов в Италии (2007) и Польше (2011) становится ясно, что российские онлайн-митинги на платформах «Яндекс.Карты», «Яндекс.Навигатор» (где все прошло благодаря сервису «Разговорчики», который и до этого позволял пользователям оставлять сообщения на карте и не раз использовался для выражения общественно-политических позиций, в частности, недовольства, но обычно в пробках) и «2ГИС» в апреле 2020 года не являются ни первыми, ни уникальными. Онлайн-митинги апреля 2020 года важны для понимания цифровых трансформаций политического процесса в России. Однако нужно смотреть на ситуацию шире: проникновение интернета и огромное число разнообразных сервисов – социальных сетей, мессенджеров, платформ для блоггинга и даже игровых виртуальных миров – обусловили изменение всех сфер жизни общества, в том числе и политики, и трансформируют политическое участие. При этом рассмотрение митингов в интернете не через призму законодательных актов, а с помощью фокусов «митинг как событие» и «митинг как сообщение» может помочь в определении адресатов и адресантов сообщений, участников и наблюдателей митинга, а также лучше спрогнозировать реакции всех участников виртуального политического действия.

Список использованных источников:

1. Козлова Д. «Хотим есть, работы нет!». В России начались «онлайн-митинги» против бездействия государства в условиях экономического кризиса // Новая газета. – 2020. – 20 апреля. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/04/20/85010-hotim-est-raboty-net> (дата обращения: 14.11.2020).

2. Internet User Statistics & 2020 Population for the 53 European Countries and Regions // Internet World Stats. – 2020. – March. URL: <https://www.internet-worldstats.com/stats4.htm> (дата обращения: 14.11.2020).

3. Digital in 2020 // We Are Social. – 2020. URL: <https://wearesocial.com/digital-2020> (дата обращения: 14.11.2020).

4. Бронников И. А. Самоорганизация граждан в эпоху цифровых коммуникаций // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2020. – Т. 13. № 2. – С. 269-285.

5. Федеральный закон «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях» от 19.06.2004 N 54-ФЗ (последняя редакция). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48103/ (дата обращения: 14.11.2020).

6. Архипова А. С., Радченко Д. А., Титков А. С., Козлова И. В., Югай Е. Ф., Белянин С. В., Гаврилова М. В. «Пересборка митинга»: Интернет в протесте и протест в интернете // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2018. – № 1. – С. 12-35.

7. Blodgett B. And the ringleaders were banned: an examination of protest in virtual worlds // Proceedings of the Fourth International Conference on Communities and Technologies, C&T. – University Park, PA, USA. – 2009. URL: https://www.researchgate.net/publication/221144107_And_the_ringleaders_were_banned_an_examination_of_protest_in_virtual_worlds (дата обращения: 14.11.2020).

8. Blodgett B., Tapia A. When Protests go Virtual: How Organizing Social Protest in Virtual Worlds Changes the Nature of Organizing // Sustainable IT Collaboration Around the Globe. 16th Americas Conference on Information Systems, AMCIS. – Lima, Peru, August 12-15. – 2010. URL: https://www.researchgate.net/publication/220890102_When_Protests_go_Virtual_How_Organizing_Social_Protest_in_Virtual_Worlds_Changes_the_Nature_of_Organizing (дата обращения: 14.11.2020).

9. Клавиатурный протест // Центр политической конъюнктуры. – 2020. – 27 апреля. URL: <http://cprk.ru/issledovaniya/budushchee/klaviaturnyyprotest/> (дата обращения 14.11.2020).

10. Nowak J. Political Communication, Social Media and Popular Culture: The Adisucks Facebook Protest Case Study // Political Communication in the Era of New Technologies; (eds.) B. Dobek-Ostrowska, J. Garlicki, Peter Lang. – Publishing Group, Frankfurt am Main, 2013. – P. 127-146.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ УЧАСТИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ

Маркосян А. А., студент

Научный руководитель – Воронов Ю. М, зав. кафедрой гуманитарных
и естественнонаучных дисциплин ИФ РАНХиГС, д. п. н., профессор

Ивановский филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы
anutik24@mail.ru

Современный мир столкнулся с новой реальностью, в которой интернет играет все большую роль. Сегодня интернет является не просто средством связи, но площадкой для различных сфер, в том числе и политики.

Выросла роль социальных сетей в политическом процессе как на местном, так и на глобальном уровне. Использование социальных сетей стало трендом, демонстрирующим открытость органов власти и их стремление быть ближе к людям, прислушиваться к мнению граждан. Так, конференция, организованная МИД Италии в Турине, закрепила значение социальных сетей как «новый общественный форум и новый политический инструмент в руках

граждан для улучшения демократии» [1], обратив особое внимание на возможность граждан высказывать мнения в режиме реального времени.

Один из примеров, демонстрирующих использование социальных сетей как инструмента реализации диалога по линии власть-население является ситуация, имевшая место в г. Иваново Ивановской области. В декабре 2018 года, в преддверии новогодних праздников, в центре города была установлена елка в авангардном стиле [2]. Позиционируя город столицей молодежи и авангарда [3], власти не ожидали, что новшество будет воспринято горожанами так неоднозначно. На официальной странице регионального новостного портала «IvanovoNews» ВКонтакте, а также на странице мэра города В. Шарыпова в Instagram стали появляться негативные комментарии и жалобы, связанные с установлением елки.

Так, через несколько дней елка была перенесена из центра города [4]. Мэр города прокомментировал это следующим образом: «Мы посмотрели, как активно идет обсуждение в социальных сетях, как вообще люди в целом обсуждают эту елку. Я так понял, многие оказались не готовы к такому авангарду на площади Ленина, и поэтому заменим в эти выходные более традиционной елкой» [5]. Таким образом, можно увидеть, что через социальные сети действительно происходит политический процесс. Даже в таких, казалось бы, бытовых ситуациях, голос горожан был услышан и учтен.

Серьезная роль также принадлежит такой социальной сети как YouTube, где размещается огромное количество видеороликов. Привлекательность видеохостинга для зрителей определяется разнообразностью контента и возможность просмотра видео на разных языках (более 70 языков). Простота использования, бесплатная регистрация и высокое качество видео позволяет привлекать все большее количество пользователей, что повышает просмотры определенных видео. Набирая популярность, авторы имеют возможность зарабатывать на создании видео.

С повышением популярности платформа начинает замещать традиционные средства массовой информации, позволяя не просто читать информацию, но видеть, как это происходило. Нередко видео, подписанные определенными событиями, не демонстрируют их, дезинформируя пользователей. Это дает возможность использовать видеохостинг в политических целях и распространять фейки. Так, например, сообщается, что на фоне обострения нагорнокарабахского конфликта в армяноязычном сегменте активизировались фейковые аккаунты, которые от имени якобы армянских пользователей распространяли информацию, не соответствующую действительности [6], что происходило с первых дней военных действий.

Распространяемая информация была нацелена на создание негативного образа России в Армении, что должно привести к антироссийским настроениям в армянском государстве и потере им союзника в лице Российской Федерации. Таким образом, контент видеохостинга представляет собой не только видеoinформацию, но и инструмент создания определенных политических

настроений в языковых сегментах (а следовательно, среди населения определенного государства).

В то же время, мы можем отметить то, что хостинг пытается контролировать достоверность информации и удалять дезинформирующие публикации. Так, например, YouTube заявил о препятствовании распространению материалов с дезинформацией о вакцинах от коронавируса [7], что позволит снизить уровень напряженности, вызванной видеороликами о введении микрочипов с помощью препарата, о летальном исходе использования вакцины и другими утверждениями, не соответствующими мнению экспертов (в том числе Всемирной организации здравоохранения).

В мировой политике немаловажную роль сегодня стала играть такая социальная сеть, как Twitter. Особую популярность на международной арене он приобрел с деятельностью американского президента Д. Трампа. Его публикации набирают огромное число лайков, ретвитов и комментариев, а неоднозначные посты, которыми он, совмещая порой недипломатичные публикации с не всегда понятными, не раз вводил в замешательство лидеров других стран.

Так, например, когда на фоне политической нестабильности в Венесуэле, спикер парламента Хуан Гуайдо объявил себя временным исполняющим обязанности президента, США стали первым государством, которое признало права спикера на «президентское кресло». Причины кажутся очевидными, учитывая отношение американского президента к Николасу Мадуро, которое он, в том числе, выразил на заседании ООН назвав президента Венесуэлы «диктатором» и «кубинской марионеткой, защищаемой кубинскими телохранителями» [8].

Заявление о признании Х. Гуайдо было сделано главой государства посредством социальной сети Twitter, что демонстрирует роль данного инструмента в мировой политике сегодня. Однако, анализ постов в Твиттере, связанных с Венесуэлой, выявил весьма специфическую картину: международное вещание Соединенных Штатов и других государств напрямую не повлияло на сообщество пользователей социальных сетей в Венесуэле [9], что дает возможность говорить о неэффективности Twitter-дипломатии в конкретной стране.

Президент Трамп в своих публикациях не обходил стороной и выборы в США. Утверждая, что результаты выборов были сфальсифицированы, он публикует твиты, где неоднократно говорит о своей победе на выборах и о том, что не позволит «украсть власть в стране» [10]. В результате такой активности Twitter добавил к таким постам пометку, в которой указывается, что это не соответствует данным официальных источников [11]. Сегодня такие публикации сопровождается подписью, которая гласит, что утверждение о фальсификации выборов оспаривается.

Появление такой пометки дает возможность говорить о том, что Twitter становится площадкой реализации политики и стремится контролировать достоверность информации, что, безусловно, является важным аспектом при выборе источника информации на сегодняшний день. Учитывая огромный объем

информации, получаемый нами ежедневно, и то, что ее немалая часть не является достоверной, можно полагать, что вскоре Twitter способен заменить традиционные СМИ, которые зачастую публикуют новость, а затем сообщают, что информация не соответствует действительности, что снижает уровень доверия к информационному агентству.

Проблема распространения дезинформации остро стоит сегодня не только в социальных сетях, но и в СМИ в целом. На данном этапе достаточно сложно определить, что является истиной, а что нет и ярким примером такого может выступить интервью президента Азербайджана И. Алиева ВВС [12], в котором лидер государства называл дезинформацией факты, полученные корреспондентом информационного агентства, находившегося на месте событий.

Представляется, что дезинформация становится частью нового общественного порядка, где социальные сети становятся их проводником и площадкой для их распространения. Учитывая постоянно растущее количество пользователей различных социальных сетей, представляется практически невозможным контроль за достоверностью информации. Несмотря на заявления и попытки платформ находить фейки, объем выкладываемой и просматриваемой информации огромен и с каждым днем лишь увеличивается.

Таким образом, социальные сети сегодня играют достаточно важную роль не только в процессе общения, но и при принятии политических решений, а также ведении дипломатической деятельности и распространении информации. Несмотря на ограничения, с которыми сегодня сталкиваются с определенными ограничениями их роль нельзя недооценить. Они являются проводниками диалога между властью и населением, показателем открытости правительства, а также площадкой ведения как внешней, так и внутренней политики. Постоянное совершенствование соцсетей дает возможность ожидать продолжение тенденции увеличения их роли и значения, а также изменения их места в политической сфере и сфере государственного управления.

Список использованных источников:

1. Торреальба А. А. Твитпломатия: влияние социальной сети Твиттер на дипломатию // Вестник РУДН. Серия: Международные отношения. – 2015. – №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvitplomatiya-vliyanie-sotsialnoy-seti-tvitter-na-diplomatiyu> (дата обращения: 11.11.2020).

2. На площади Ленина в Иванове установили авангардную ёлку // IvanovoNews, 17.12.2018. URL: <https://www.ivanovonews.ru/news/933685/>

3. Иваново - столица авангарда // IvanovoNews. – 2018. – 17 сентября. URL: <https://www.ivanovonews.ru/reports/919993/> (дата обращения: 11.11.2020).

4. Авангардную елку в Иванове перенесли к «Современнику» // Аргументы и Факты. – 2018. – 26 декабря. URL: https://ivanovo.aif.ru/society/avangardnuyu_elku_v_ivanove_perenesli_k_sovremniku (дата обращения: 11.11.2020).

5. Мэр прокомментировал исчезновение авангардной ёлки с площади Ленина // IvanovoNews. – 2018. – 20 декабря. URL: <https://www.ivanovonews.ru/news/934237/> (дата обращения: 11.11.2020).

6. В Сети выявили кампанию по дезинформации о конфликте в Карабахе // Взгляд. – 2020. – 17 декабря. URL: <https://yandex.ru/turbo/vz.ru/s/news/2020/11/17/1070961.html> (дата обращения: 11.11.2020).

7. YouTube будет удалять видео с дезинформацией о вакцинах от коронавируса // ТАСС. – 2020. – 15 октября. URL: <https://tass.ru/obschestvo/9727823> (дата обращения: 11.11.2020).

8. Venezuelan UN delegate appears to snub Trump, reads book about Simón Bolívar as president speaks, 24.09.2019. URL: <https://www.usatoday.com/story/news/politics/2019/09/24/donald-trump-un-speech-venezuelan-delegate-reads-book-trump-speaks/2427976001/> (дата обращения: 11.11.2020).

9. Tsvetkova et al. Cogent Social Sciences, 2019. URL: <https://doi.org/10.1080/23311886.2019.1693109> (дата обращения: 11.11.2020).

10. We won't let a rigged election steal our country // D. J. Trump's Twitter. 15.11.2020. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1328093294782509060> (дата обращения: 11.11.2020).

11. Трамп утверждает, что победил на президентских выборах в США // РИА-Новости. 16.11.2020. URL: https://ria.ru/20201116/tramp-1584769082.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&nw=1605575304000 (дата обращения: 11.11.2020).

12. Все лгут, кроме меня: Алиев в интервью Би-би-си обвинил во лжи журналиста Би-би-си // Голос Армении. – 2020. – 9 ноября. URL: <https://www.golosarmenii.am/article/99605/vse-lgut--krome-menya-aliev-v-intervyu-bi-bi-si-obvinil-vo-lzhi-zhurnalista-bi-bi-si> (дата обращения: 11.11.2020).

К ВОПРОСУ О РОЛИ И ЗНАЧЕНИИ СЕТЕВЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ В ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ

Молдагулов Д. А., магистрант КемГУ

Научный руководитель – Чирун С. Н., д. полит. н., доцент

Кемеровский государственный университет

moldagulovden@icloud.com

В ситуации постмодерна сетевые технологии уже активно используются для осуществления воздействия на общественное мнение в глобальных масштабах. При этом достигаются следующие задачи:

- внедряются новые символы, ценности, культурные коды, необходимые для формирования заданных параметров мировосприятия, а также алгоритмов политического участия;

- дискредитация неугодных политических режимов через подрыв доверия населения стран изгоев, а также мирового сообщества к политическим институтам;
- лишение государств возможности осуществлять полностью независимую информационную политику в собственных национальных интернет- сегментах;
- мобилизация сетевых акторов для активной политической деятельности;
- нагнетание политической напряженности и формирование сетевой «революционной ситуации»;
- промоушен оппозиционных общественных деятелей и политиков;
- формирование в общественном мнении изменённой политической реальности, соответствующей интересам политического актора;
- трансформация национальной и региональной информационной повестки в соответствии с интересами политического актора;
- формирование системы контроля за поведением интернет-пользователей для последующего целевого влияния [1].

Данные действия обуславливаются возможностями воздействия на общественное сознание и ведения информационной борьбы с политическими режимами извне, подрыва стабильности и разрушения национальных государств, поскольку «в постиндустриальную эпоху борьба за культурные ценности все чаще разворачивается в информационном поле».

При помощи данных технологий военные операторы получили доступ к возможности автоматического формирования с последующим управлением большого числа сетевых киберсимулякров (ботов), представляющих иллюзию сетевой деятельности реальных пользователей с конкретной национальной идентичностью.

Программы для каждого из действующих киберсимулякров создают неповторимую индивидуальную легенду, способствующую максимальной симуляции сетевой активности. Для этого, в частности, прописывают за несколько лет следы сетевой жизни, максимально соответствующие к ментальности тех государств и народов, от лица которых действуют конкретный киберсимулякр.

Это позволяет добиться максимального правдоподобия «киберличности», когда факт реальности её существования уже не вызывает сомнений со стороны других сетевых пользователей.

Если же технология киберсимулякров дополняется технологией подмены IP-адресов, которая позволяет сопоставлять деятельность «бота» в интернет-пространстве с конкретной территорией, то различить настоящего пользователя и бота становится практически невозможно.

Реализуя указанную практику можно не только добиться противодействия радикальным взглядам в Интернете, но и формировать в виртуальной среде выгодные заказчикам проекта когнитивные схемы интерпретации мировых процессов, а затем и транслировать их в сетевые сообщества [2].

Использование в сетевых политических проектах управляемых киберсимулякров позволяет достигать пропагандистского и идеологического воздействия на молодых интернет-пользователей, а также осуществлять манипулирование общественным сознанием почти в любой современной стране. К примеру, в Англии известна научная организация исследования угроз (JTRIG), которая занимается разработкой технологий воздействия на сетевое пространство с использованием виртуальных киберсимуляторов, «посева», «дезинформации», а также разоблачений в публичных медиа, фейковизации данных соцопросов на различных пользовательских ресурсах (технология UNGERPASS), обеспечивающая фейковое расширение данных просмотров web-страниц и данных онлайн пользователей блогосферы и социальных медиа (технология SLIPSTREAM), управления рейтингами комментариев на видеохостинге YouTube, продвижения и популяризация в пространстве социальных медиа общественно-политических постов (технология GESTATOR).

Большую роль в этой связи играют такие глобальные сетевые ресурсы как Youtube, Facebook, Twitter и Instagram.

Сегодня в сетевой политической практике используется огромное число «виртуальных личностей» – ботов (киберсимулякров), не имеющих ничего общего с конкретными личностями, но симулирующих реальных людей.

Масштабы реализации в публичной политике данной технологии столь велики, что даже появился и стал популярным особый термин – «война ботов».

Другая политическая технология, в рамках применения которой применяются киберсимуляторы, основывается на генерации фэйковых аккаунтов от лица известных политиков и общественных деятелей.

Технология стигматизации, используется формирования у молодёжи на подсознательном уровне негативного стереотипа по отношению к определенной идеологии, стране, или президенту.

Политические технологи с её использованием достигают снижения рейтинга публичных политиков и общественных деятелей. Для этого может использоваться негативный ярлык, например: «вор», «сепаратист», «фашист», американский (британский) гражданин, «агент госдепа». Например, мощный общественный резонанс в социальных сетях и блогосфере вызвали подтвердившиеся в последствие сообщения о двойном гражданстве известного политического журналиста Сергея Брилёва.

Для стигматизации политических оппонентов в условиях информационной войны, может применяться технология хэштегов, которые сопровождают политическую информацию. Данная технология применяется в большинстве популярных социальных медиа: LiveJournal, YouTube, Twitter и в Facebook. Эта технология основана на том, что любое содержание, присутствующее даже в нейтральном сообщении, при использовании хэштега приобретает уже искажённую интерпретацию, отличающуюся от «чистого» сообщения.

Наиболее распространённые хэштеги обретают свойства сетевых мемов. Создателем технологии «мемов» считается американского политолог

Р. Докинс. В основе данного понятия, лежит греческое «мимос» – «подражание». Следовательно, мем – это информационная единица в пространстве подражания. Политтехнологическую значимость мему придаёт возможность трансформации общественных стереотипов и изменения массовых политических предпочтений.

При создании мемов «формируется среда доступа, необходимая для принятия сетевой аудиторией основного «мема». Затем «мем» должен быть ретранслирован». Напрямую с применением ботов связана технология «sock puppet revolution» – это аналог того, как на обе руки оператор-сетевик надел по некому кукольному персонажу, и затем разыграл некий «кукольный спектакль» – политический сценарий.

Технология утечки инсайда в информационной войне применяется для массового распространения информации, которая получена якобы случайно от того или иного политического деятеля, который в силу возникших обстоятельств не может оперативно выступить с её опровержением (умер, находится в зарубежной командировке или под следствием).

По мнению исследователей, технологию часто применяют для превенции реакции общества на политические решения, и если реакция окажется негативной, то «инсайд» трактуется как провокация политических оппонентов.

Технология семантического манипулирования используется в международной практике для обозначения отношений к международным процессам посредством символических значений, с которыми у стран и народов связаны определённые ассоциативные наборы, непосредственно влияющие на восприятие заданной информации [3].

Технологизированное формирование заданных семантических структур даёт возможность в латентной форме создавать у молодёжных аудиторий необходимые установки по поводу актуальной политической реальности.

Технология объективизации используется в мировой политике при формировании фактологических рядов, наглядно представляющих несуществующий в международной практике тренд, после чего убеждают общественное мнение в реальности данного тренда и наконец, воплощают этот тренд в представлениях международного сообщества. Например, населению государств стран членов Североатлантического договора при помощи данной технологии была навязана установка, что именно Россия нарушила условия международного соглашения по отношению к Украине, а не наоборот.

Технология тоннельного сознания заключается в публичном представлении малого количества полностью взаимоисключающих друг друга радикальных альтернатив, так, как будто бы других разумных альтернатив просто не существует, ли и мы не принимаем их всерьёз (например, повышение пенсионного возраста и НДС или крушение российской экономики).

Отметим, что в этом случае наличие реально возможных вариантов развития политической ситуации и возможных сценариев политического решения сознательно замалчивается элитой, и общество ставится перед ситуацией, в которой надлежит выбрать меньшее зло из всех возможных.

Обществу навязывается модель поведения, основанная на якобы «единственно правильном» выборе. Часто технология «туннельного сознания» осуществляется совместно с технологией «одной лодки», которую, якобы, недопустимо раскачивать.

Для симуляции «всеобщей поддержки» национального лидера и осуждения его оппонентов обычно используются массовые фейковые комментарии ботов (киберсимуляторов) от лица, якобы представителей тех или иных социальных групп населения: студентов, байкеров, моряков, десантников, талантливой творческой молодёжи, ветеранов, виолончелистов, учителей, врачей и проч.

Сегодня интерфейс большинства популярных сайтов и социальных сетей даёт возможность проводить массовые рассылки. Эта технология работает так, что любая информация, даже не связанная напрямую с протестной активностью пользователя в социальной сети Интернет, может использоваться для тиражирования информации о политическом протесте.

В качестве примера, можно привести сайт сбора и презентации общественных петиций в органы власти – «Change.org».

Фактически, речь может вестись об осуществлении «умной кибервойны». В рамках такого рода «умных войн», киберсимулякры могут быть использованы в качестве политической технологии.

К числу задач, решаемых через использование данной технологии, мы можем отнести следующие:

- имитация общественной поддержки либо неприятия со стороны гражданского общества ведущих политических акторов.
- создание предпочтительной информационной повестки дня реализации сетевых технологий, через моделирование информационных поводов в интернет-пространстве;
- конструирование и внедрение в практику публичной политики специальных поведенческих моделей протестной активности [4];
- формирование и мобилизация политически активных сетевых групп для политической деятельности, оппозиционной государственной власти;
- организация публичного давления со стороны гражданского общества на национальные государственные и политические институты;
- подрыв публичного доверия к существующим государственным органам власти, компрометация политических лидеров и национальных элит;
- реструкт традиционных национальных аксиологических и символических пространств, конструирование и внедрение в общественное сознание альтернативных ценностных и смысловых моделей;
- симуляция общественно-политической «постправды», не происходившей в действительности;

- симуляция политической напряженности, нагнетание социальной агрессии и общественного недовольства политической ситуацией в стране;
- использование массовых стереотипов для трансформации представлений о социально-политической реальности.

События последнего времени наглядно демонстрируют последствия использования таких технологических проектов в государствах Европы и Азии. Наша страна также является жертвой и объектом информационного воздействия, в котором «мировая политика характеризуется обострением глобальных вызовов на фоне блокировки многосторонних механизмов решения международных проблем и деградации системы политико-правового регулирования» [5].

Как показывает международная практика, формирование ботов в интернете дает акторам иницирующим процесс информационной агрессии обширные перспективы для осуществления масштабных проектов по информационно коммуникационному воздействию на живую силу стран-мишеней, не обладающих адекватными инструментами противодействия внешним информационным атакам, в следствие чего, разрушается стабильность национальных политических режимов и утрачивается контроль над собственным национальным политическим пространством.

Список использованных источников:

1. Василенко И. А. Роль символического капитала культуры в информационном обществе // Власть. – 2017. – № 7. – С. 75-79.
2. Беляева Г. С., Беляев В. П. К вопросу о некоторых направлениях оптимизации механизма обеспечения национальной безопасности в России // Национальная безопасность / nota bene. – 2018. – № 5. – С. 37-46.
3. Скородумова О. Б., Скородумов Б. И., Матронина Л. Ф. Слагаемые качества обеспечения информационной безопасности // Национальная безопасность / nota bene. – 2018. – № 2. – С. 1 - 9.
4. Рустамова Л. Р. Внутренние вызовы и угрозы информационной безопасности Российской Федерации // Национальная безопасность / nota bene. – 2018. – № 2. – С. 33-39.
5. Торкунов А. Великая евразийская держава в потоке перемен// Международные процессы. – 2018. – Т. 16. № 1. – С. 6-13.

МОЛОДЕЖНОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО КАК ИНСТИТУТ МОЛОДЕЖНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ)

Нечкина А.А.

Научный руководитель – Зуляр Р. Ю., к. полит. н., доцент
Иркутский государственный университет
sunny.nechkina@mail.ru

Органы молодежного самоуправления в настоящее время являются важным элементом в развитии активного гражданского общества, а также своеобразной кузницей будущих политических кадров.

На территории Иркутской области действует ряд органов молодежного самоуправления: Молодежное правительство, Молодежная избирательная комиссия, Молодежный парламент, Молодежная дума. Данная статья будет посвящена деятельности Молодежного правительства, его истории, перспективам развития и нормативно-правовой базе, на основании которой осуществляет деятельность данный орган.

Молодежное правительство Иркутской области – это консультативно-совещательный орган при губернаторе Иркутской области. История Молправа начинается с 2011 г., когда сформировался первый созыв данного молодежного органа. Согласно постановлению Правительства Иркутской области целью Молодежного правительства является активное привлечение молодого поколения к решению проблем области и созданию благоприятной почвы для реализации различного рода молодежных проектов. На сегодняшний день данная структура является современным механизмом для реализации региональных проектов и решений: экономических, политических, кадровых и образовательных [3].

Состав данного молодежного органа самоуправления формируется сроком на два года. Согласно постановлению Правительства Иркутской области, деятельность молодежного органа заключается в том, чтобы:

во-первых, осуществлять реализацию социально направленных проектов и различного рода мероприятий (круглых столов, семинаров, тренингов, дискуссий и т.д.);

во-вторых, поддерживать развитие волонтерского движения в Иркутской области;

в-третьих, осуществлять информационную поддержку как Правительства области в целом, так и его отдельных министерств;

в-четвертых, генерировать необходимые законодотворческие инициативы;

в-пятых, налаживать и поддерживать сотрудничество с органами местного самоуправления, различными НКО с целью реализации общих социально значимых проектов [3].

В состав Молодежного правительства входит двадцать один представитель в возрасте от 18 до 30 лет: председатель, заместитель председателя, секретарь, пресс-секретарь и «дублеры» министров. «Дублерство» предполагает

прикрепление члена Молправа к определенному министерству для изучения его деятельности и совместной работы. Также все Молодежные правительства входят в Ассоциацию Молодежных правительств, которая на момент 2020 г. включает в себя 72 субъекта Российской Федерации и около двадцати тысяч участников. Ассоциация Молодежных правительств представляет собой организацию, созданную для объединения и координации Молправительств со всей страны [3].

Для большего понимания работы Молодежного правительства Иркутской области был проведен анализ электронных источников с 2014 по 2020 гг.

Первый созыв Молправительства делал большой упор на организации волонтерских отрядов; помощи при проведении мероприятий городского или регионального уровня; проведении круглых столов и дискуссионных площадок по теме молодежной политике. Одними из ярких проектов первого созыва является участие в проведении конкурса инновационных проектов в сфере энергосбережения для выявления талантливых молодых специалистов и конкурса короткометражного кино "SHORTы – 2015". Сложно дать объективную оценку деятельности первого созыва Молправительства, так как его деятельность в открытых источниках освещалась не в полной мере [1; 2].

Деятельность второго созыва в открытых источниках была освещена также плохо. Из имеющихся данных можно сказать, что второй созыв большую часть времени уделял участию в различного рода форумах как регионального, так и всероссийского масштаба. Помимо этого, работа осуществлялась в области развития добровольчества в регионе; участия отдельными «дублерами» в конкурсах, проводимых Министерством по молодежной политике области; организации обсуждений по проблемам молодежной политики; проведении субботников [1; 2].

Деятельность третьего созыва рассматриваемого молодежного органа самоуправления можно назвать более продуктивной и более освещенной в информационном плане. В это время у Молодежного правительства появляются собственные проекты: Байкальская Школа Прикладной Политэкономии, программа стажировок в органах исполнительной власти. Большое внимание в третьем созыве уделялось теме экологической безопасности: была проведена акция «Зеленый десант», направленная на сбор макулатуры и пластиковых бутылок; оказана помощь при проведении Второго Байкальского международного водного экологического форума и мероприятиях, посвященных Дню Байкала; организованы субботники в общественных пространствах г. Иркутска и посадка деревьев. Помимо этого, продолжилось участие в молодежных форумах, проведении круглых столов, патриотических и оздоровительных акциях [1; 2].

Четвертый созыв на настоящий момент можно назвать наиболее активным из всех. Члены Молправительства приняли участие и оказали помощь в организации таких международных и всероссийских проектах, как: «Добро на Байкале», «Российско-японский молодежный форум», «Зеленый фитнес», «Байкальский международный салон образования», всероссийский форум для

пресс-секретарей, «Байкал-2020», «Молодежная команда страны», «XI слет сельской молодежи СФО», форум «Всероссийской энергетической недели», форум социального предпринимательства «Синергия бизнеса и социальной инициативы», «Движение вверх». Также видна активная деятельность четвертого созыва в области: развития движения по искусству ведения дебатов, взаимодействия молодежных отрядов, развития киберспорта, развития сельской молодежи, развития образовательных и развлекательных проектов [1; 2].

С целью выяснения причин вовлеченности молодежи в деятельности рассматриваемого органа и его перспектив, было проведено интервью с представителями Молправительства Иркутской области.

Из ответов респондентов на вопрос о мотивации участия в деятельности Молодежного правительства Иркутской области можно выделить следующие моменты: Молодежное правительство для молодых людей – это возможность получить новый опыт в сфере организаторской, проектной и командной деятельности. Также это получение новых знаний о работе правительства в регионе, изучение всех взаимодействий, различных нормативно-правовых актов, получение навыков работы с документацией. Респонденты видят перед собой возможные кадровые перспективы в будущем. Кроме того, их привлекает взаимодействие с представителями других регионов, которые тоже могут поделиться своим опытом.

На вопрос о применении навыков, полученных во время работы в Молправительстве, респонденты выделили следующие моменты: навыки, полученные в молодежном правительстве, пригодятся почти в любой профессии. Они повышают компетентность в сфере госуправления, коммуникабельность, пунктуальность, организованность, развитие лидерских качеств, умение находить нестандартные пути решения проблем. Также особую привлекательность молодые люди видят в изучении состояния региона путём проведения исследований по потребностям и проблемам граждан

Говоря о перспективах развития исследуемого молодежного органа, молодые люди отметили, что молодежное правительство – это хороший инструмент для создания кадрового резерва в стране. Также Молправительство является хорошим помощником в реализации государственной молодежной политики, так как свежий взгляд даёт настоящим чиновникам понять, чего не хватает молодежи. Кроме того, орган формирует досуговую повестку для молодежи Иркутской области – различные мероприятия, форумы, встречи, акции активизируют молодежь.

Таким образом, Молодежное правительство Иркутской области является важным элементом развития гражданского общества региона. За девятилетнюю историю существования рассматриваемый молодежный орган показал свою эффективность и активно продолжает совершенствоваться и развиваться. Сейчас молодые люди активно участвуют во всех сферах жизни Иркутской области и используют Молодежное правительство в качестве инструмента формирования комфортной среды и профессионального лифта.

Список использованных источников:

1. Министерство по молодежной политике Иркутской области: офиц. сайт [Электронный ресурс] // сайт. – URL: <https://mmp38.ru/> (дата обращения: 11.11.2020).
2. Молодежное правительство Иркутской области [Электронный ресурс] // Вконтакте – URL: https://vk.com/molprav38?z=photo171374676_347480968%2Fwall-59840526_802 (дата обращения: 11.11.2020).
3. Постановление Правительства Иркутской области от 05.09.2016 № 548-пп «О «Молодежном правительстве» Иркутской области» [Электронный ресурс] // Гарант. ру – URL: <https://base.garant.ru/44061296/> (дата обращения: 11.11.2020).

ПОПРАВКИ 2020 ГОДА В КОНСТИТУЦИЮ РФ ГЛАЗАМИ ФЕМИНИСТИЧЕСКИХ СООБЩЕСТВ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

Потапова Д. Д., студент

Научный руководитель – Краснопёров А. Ю., ассистент
Томский государственный университет
d24zet12@gmail.com

Актуальность данной работы обусловлена высоким интересом граждан к недавним внесениям поправок в Конституцию РФ. При этом повысилась политическая активность граждан, которая проявлялась через коммуникацию общества с властью. Россияне выражали свое мнение относительно каждой инициативы различными способами: митинги, споры, активность в СМИ и социальных сетях. Особый интерес представляет для нас последнее, поскольку сетевая коммуникация, как особый вид политической коммуникации является относительно новым, не до конца изученным явлением. В сети «Интернет» коммуникация становится персонифицированной, и мнение различных тематических сообществ приобретает самостоятельное значение.

В рамках данного исследования сосредоточимся на анализе контента феминистических сообществ в российском сегменте сети «Интернет» (на примере социальной сети «ВКонтакте»). Специфической особенностью этой социальной сети является преимущественно молодежный состав пользователей. Согласно данным ВЦИОМ, 70 % пользователей ВКонтакте составляют люди в возрасте до 34 лет [1]. Соответственно, можно утверждать, что позиции сообществ данной социальной сети отражает преимущественно мнения определенного сегмента современной молодежи.

Интерес к изучению проблем политической коммуникации в современном и постиндустриальном обществе присущ политической науке уже много

десятилетий. Но классическая традиция изучения коммуникации в политологии, которая восходит к Г. Лассуэллу [2], концентрировала все внимание только на политическом влиянии СМИ. В настоящее же время гораздо большее значение приобретают сетевые коммуникации. Изучением проблем сетевой политической коммуникации занимались М. Кастельс [3], М. Н. Грачев [4], О. В. Михайлова [5] и др. Гендерным исследованиям посвящены работы Е. Здравомысловой и А. Темкиной [6], А. А. Гнедаш и Н. А. Рябченко [7], О. В. Поповой [8] и В. Брайсон [9].

Как известно, 20 января 2020 года президент РФ В. В. Путин внес на рассмотрение в Государственную думу проект закона о поправке в Конституцию РФ. В промежутке между первым и вторым чтениями к законопроекту была предложена масса новых поправок. Наибольшее внимание привлекли к себе поправки, направленные на сохранение традиционных ценностей: это и определение брака как союза между мужчиной и женщиной, и признание детей «важнейшим достоянием Российской Федерации», и упоминание о предках, передавших нам идеалы и веру в Бога и др. [10]. Кроме того, в обсуждении поправок неоднократно поднимался вопрос о закреплении в Конституции запрета абортов, введении в школьную программу уроков, нацеленных на привитие детям семейных ценностей [11, 12]. Особое внимание общества привлекла поправка, предложенная В. Терешковой, об обнулении президентских сроков В. В. Путина.

Все перечисленные поправки стали предметом обсуждения в феминистических сообществах в социальных сетях. Стоит отметить, что большинство постоянно существующих феминистических сообществ принципиально аполитичны и в своих постах не затрагивают проблематику, связанную с обновлением Конституции. Однако в ходе исследования удалось выявить два сообщества, регулярно обращающие внимание на актуальные политические события и дающие им оценку с соответствующих позиций: «Soc-Fem» и «Школа феминизма». Сообщество «Школа феминизма» с 2011 г. выступает выразителем радикально-феминистических настроений и объединяет в своем составе свыше 16,4 тыс. участников. Сообщество «Soc-Fem» моложе: оно возникло в 2012 г., насчитывает 45,6 тыс. участников и придерживается более нейтральных позиций. Оба эти сообщества не остались в стороне от обсуждения поправок в Конституцию.

Так, например, большой резонанс во время обсуждения возможности обнуления президентских сроков вызвало появление в зале заседаний Мосгордумы депутата от партии «Яблоко» Д. Бесединой в футболке с двусмысленной надписью. По словам автора поста в феминистическом сообществе «Soc-Fem», «надпись на футболке можно прочитать и как «обнулись», и немного иначе, если первую букву произнести так, чтобы звук был ближе к „ё“» [13,14]. Цель данного поста – не только в привлечении внимания общественности к позиции депутата Бесединой и всей партии «Яблоко» (в составе которой, кстати, даже существует отдельная женская фракция), но отражение беспокойства феминистических кругов по поводу последствий принятия данной поправки.

В материалах того же сообщества большое внимание (свыше 17 тыс. просмотров) привлекло выступление вице-спикера Государственной думы, члена партии «Единая Россия», Петра Толстого [15]. На пленарном заседании Думы он раскритиковал законопроект о профилактике семейного насилия, а вместо этого предложил закрепить в Конституции определение брака как «союза мужчины и женщины». Эту конституционную норму он оценил как инструмент сохранения традиционного брака и «барьер для попыток прописать какие-то отдельные дополнительные права для лиц нетрадиционной ориентации, ЛГБТ». Вместо прямой полемики с вице-спикером Думы автор поста приводит данные опроса ВЦИОМ, согласно которым 70 % россиян считают необходимым принятие закона о профилактике домашнего насилия.

Кроме того, большое внимание феминисток привлекла инициатива общественного движения «За жизнь!» о включении в Конституцию права на жизнь с момента зачатия. В сообществах «Школа феминизма» и «Soc-Fem» использован один и тот же прием [16, 17]. Хотя сами инициаторы поправки назвали свою инициативу научно обоснованной и объективной, авторы постов в феминистических сообществах акцентировали внимание читателей на том, что этот законопроект совпадает с ранее высказанными предложениями представителей Русской православной церкви. Тем самым утверждение о научной обоснованности и объективности законодательной инициативы оказалось очень изящно поставлено под вопрос.

Широкий общественный резонанс вызвало распространение в СМИ и сети «Интернет» гомофобного видео-ролика, в котором «геи» усыновляют ребенка в России в 2035 году. Ролик распространялся в связи с активной пропагандой поправок в Конституцию РФ, связанных с ценностью традиционной семьи. Феминистические сообщества выступили с осуждением такого способа рекламы традиционных ценностей [18]. Авторы поста выразили солидарность с активистами ЛГБТ-группы «Стимул», которые направили в следственный комитет и прокуратуру требование провести проверку этого видео на предмет возбуждения ненависти и вражды к социальной группе ЛГБТ.

Таким образом, выявленные для исследования феминистические сообщества русскоязычного сегмента сети Интернет склонны к выражению критического отношения к тем поправкам в Конституцию, которые призваны закрепить ценности традиционной семьи путем запрета аборт, ЛГБТ-браков, и усыновления детей однополыми парами. Если запрет абортов обычно входит в феминистскую повестку, то защита ЛГБТ-сообществ представляет собой выражение солидарности с ним как дискриминируемым меньшинством. Отметим также отрицательное отношение феминистических сообществ к перспективе консервации политического режима в России. Такая позиция в целом соответствует общей установке феминисток на обновление современного Российского общества.

Список использованных источников:

1. Каждому возрасту – свои сети. Аналитический обзор ВЦИОМ. URL: <http://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kazhdomu-vozzrastu-svoii-seti> (дата обращения: 15.11.2020).
2. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society / Berelson B., Janowitz M. Reader in Public Opinion and Communication. – New York: The Free Press, 1966. – P. 178-189.
3. Кастельс М. Власть коммуникации: учебное пособие / пер. с англ. Н. М. Тылевич, под науч. ред. А. И. Черных. – М.: Изд. дом Высш. шк. экономики, 2016. – 563 с.
4. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: монография. – М.: Прометей, 2004. – 328 с.
5. Михайлова О. В. Сети в политике и государственном управлении: монография – М.: ИД КДУ, 2013. – 332 с.
6. Здравомыслова Е., Темкина А. Социальное конструирование гендера как феминистская теория / Женщина. Гендер. Культура; под ред. З. А. Хоткиной, Н. Л. Пушкаревой, Е. И. Трофимовой. – М.: МЦГИ, 1999. – С. 46-65.
7. Гнедаш А. А., Рябченко Н. А. Гендерная политика online: субъекты, механизмы и проблемы функционирования // Политическая экспертиза. – СПб., 2011. – Т.7. – № 1. – С. 163-183.
8. Попова О. В. Гендерные партии в современной России: проблемы и перспективы // Политическая наука. – 2015. – № 1. – С. 186-199.
9. Брайсон В. Политическая теория феминизма: введение. – М.: Идея-Пресс, 2001. – 304 с.
10. Шпагин С. С поправкой на вирус. URL: <https://news.vtomske.ru/view/172605-s-popravkoi-na-virus> (дата обращения: 10.11.2020).
11. Общественники предложили добавить в Конституцию право на жизнь с момента зачатия. URL: https://www.m24.ru/news/obshchestvo/12022020/107052?utm_source=CopyBuf?utm_source=CopyBuf (дата обращения: 11.11.2020).
12. Протоиерей Смирнов призвал внести в Конституцию поправку о защите с момента зачатия. URL: <https://www.interfax.ru/russia/711425> (дата обращения: 8.11.2020).
13. «Обнулись»: московских депутатов возмутила футболка коллеги. URL: https://vk.com/wall-46661081_74372?hash=c78282b0a5d318e0bb (дата обращения: 5.11.2020).
14. «Обнулись» в Мосгордуме: Дарья Беседина выступила против изменения Конституции. URL: https://vk.com/wall-27506840_413726?hash=5abe1d17564f86a538 (дата обращения: 6.11.2020).
15. Вице-спикер Государственной думы выступил против законопроекта «О семейном насилии». URL: https://vk.com/wall-46661081_73975?hash=49b6beba4e494bb19a (дата обращения: 7.11.2020).

16. Глава «Союза женщин России» предложила учить девочек «семейной жизни», а геев назвала больными людьми. URL: https://vk.com/wall-46661081_75183?hash=bd3f2298b70908абас (дата обращения: 6.11.2020).

17. Глава патриаршей комиссии по делам семьи протоиерей Димитрий Смирнов призвал законодателей воспользоваться отсрочкой голосования по Основному закону РФ и вынести на референдум поправку о защите внутриутробных детей. URL: https://vk.com/wall-27506840_426482?hash=e0d3cbdf7cc9cc025d (дата обращения: 6.11.2020).

18. Youtube заблокировал рекламу поправок к Конституции с участием «геев», а петиция за удаление гомофобного ролика за сутки набрала более 32 тысяч подписей. URL: https://vk.com/wall-46661081_75175?hash=9c790982f740f626c1 (дата обращения: 7.11.2020).

СПЕЦИФИКА ИНТЕРНЕТ-СРЕДЫ В УСЛОВИЯХ МАССОВЫХ ПРОТЕСТОВ В БЕЛОРУССИИ

Прокопьева П. А., магистрант

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор
Кемеровский государственный университет
polina.procoreva@mail.ru

В жизни современного общества колоссальная роль принадлежит интернету. Несмотря на достаточно длительный период своего существования, интернет, как система, постоянно претерпевает изменения в своей структуре. В интернете на ежедневной основе возникают абсолютно новые каналы коммуникации, из-за постоянных обновлений за данным явлением практически невозможно угнаться, оно является малоизученной областью научного знания.

Внедрение интернета, мировое распространение сетевого общения, электронной формы передачи и хранения информации грандиозно изменило расстановку сил в обществе, его структуру и установившиеся в нем взаимосвязи. Термин «сетевое общество» ввел испанский ученый Мануэль Кастельс в монографии «Информационная эпоха: экономика, общество и культура» [1]. Данный подход абсолютно новый для восприятия информации, коммуникации и социальных процессов, основанный на точных науках. Он позволяет выявить новые грани и целостные свойства социальной системы.

Сегодня нельзя игнорировать факт стремительного развития новых глобальных технологий. Ни одно из технических средств, давших начало предшествующим техническим революциям, не давало таких быстрых и коренных изменений. Инновации в мире электроники трансформируются и идут во всем мире непрерывно.

Общество XXI века – общество погони за знаниями, общество непрерывно повышающихся скоростей и сложностей. Циклические обновления должны повысить приспособляемость общества к вызовам современного

мира. Новейшие информационные сети объединяют в себе все способы коммуникации и массовой информации, таким образом коммуникация формирует культуру.

Не так давно основу социальных взаимодействий составляли непосредственные контакты людей для осуществления какого-либо социального взаимодействия. В настоящее время социальные контакты перестали быть необходимыми их заменило общение в сети. Мессенджеры, различные интернет-порталы, сайты вобрали в себя функции социальных мест общения, обсуждения и принятия решений.

Сегодня преимущества интернет-среды гораздо ценнее, эффективнее и удобнее для восприятия людьми в силу некоторых обстоятельств. Свободолюбивое общество XXI в. ценит в первую очередь добровольность восприятия информации, наличие большого объема разнообразного контента и постоянное обновление тенденций. Интернет-пространство представляет собой окружающую среду и наглядную демонстрацию разнообразия интересов. Плюрализм мнений, изначально заложенный в структуру интернета, предполагает его сознательное использование для формирования общественного мнения.

Смены политических режимов, в результате массовых протестов, революций, митингов и иных проявлений несогласия с действиями политической элиты, начали происходить с усовершенствованием глобальной сети Интернет, и прежде всего с появлением социальных сетей, где происходит координация протестующих. Именно Интернет и социальные сети стали «альтернативной коммуникацией» и дали толчок процессу смены власти в ряде стран.

Август 2020 г. ознаменовался политическим кризисом зародившемся в Беларуси. Оппозиция отказавшись признавать официально объявленные результаты выборов президента начала действовать. После оглашения результатов выборов в стране начались массовые митинги, акции гражданского неповиновения, столкновения протестующих с правоохранительными органами.

Основной площадкой взаимодействия и координации населения выступил мессенджер Telegram. Это кроссплатформенный мессенджер, позволяющий обмениваться сообщениями и медиа файлами многих форматов [2]. На мессенджере Telegram действует канал «НEXТА». Именно он стал главным поставщиком информации о протестах в Беларуси во внешний мир [3]. На канале «НEXТА» озвучиваются планы действий митингующих, даются советы, что делать в конкретный момент массовых беспорядков, ведется полная координация, сообщаются данные о передвижениях ОМОНа. Выполняется и пропагандистская функция — постоянно говорят о «зверствах власти», иллюстрируя это яркими видео и фото.

Как говорит создатель телеканала «NEXТА»: «После оглашения результатов выборов на улицы городов вышли в общей сложности от 7 до 10 тысяч человек, но после того, как к этим протестующим была применена грубая сила, вышло гораздо больше людей, появилось движение девушек «Цепи солидарности» все это привело к массовым протестам» [4].

Развитие интернета, новейшие площадки информационных сообществ Telegram позволяют на практике убедиться в том, что технологии шагнули далеко вперед, и это не что-то недостижимое, это доступно каждому члену информационного общества. Telegram, продолжающий работать даже в моменты массового блокирования интернета в Беларуси, когда другие социальные сети отключаются, говорят о том, что мир не стоит на месте, а технологии сделали колоссальный прорыв.

Ситуация в Беларуси показала, что государство оказалось не готовым к противостоянию высокотехнологичным интернет-ресурсам, способным к активному сокрытию своих действий. Благодаря информационному Telegram каналу «NEXTA» руководство Беларуси предстало в невыгодном свете, и прежде всего в мировом общественном мнении. Сформированный каналом негативный имидж нынешнего руководства Беларуси будет иметь длительный отрицательный эффект, скажется на международной геополитической обстановке. Осложнилась и политическая ситуация внутри страны.

Таким образом, целесообразно отметить, что в условиях информационного общества на первый план выходят факторы, продуцирующие глобальный миропорядок. Первое место в условиях глобализации занял Интернет, как воплощение прогресса информационных технологий.

Интернет существенно меняет облик системы массовой коммуникации, так как обладает преимуществами перед СМИ в аспекте репрезентации информационной картины. Интернет выступает средством трансграничной массовой коммуникации, его наднациональный характер, анонимность, географическая разобщенность, создают определенные риски для суверенитета государства.

Факт высокой динамичности Интернета как глобальной сети массовых коммуникаций еще раз доказали белорусские события августа 2020 г. Несмотря на значительные усилия государства по ограничению интернет-коммуникации (в том числе и предпринятых провайдерами по указанию власти технических ограничений скорости трафика), продолжал работать канал «NEXTA», хоть и не в полную мощность (из-за никого трафика интернета видео и фотоматериалы очень долго загружались), но сообщения доходили вовремя. При этом для поддержания устойчивости данного мессенджера канал «NEXTA» начал предоставлять пользователям свежие IP адреса, для стабильной работы Telegram.

События, происходящие в Беларуси еще раз, наглядно подтвердили, что, во-первых, Интернет – надгосударственная сеть массовых коммуникаций, способная бросить вызов суверенитету государства в его традиционном понимании; во-вторых, глобальная сеть «Интернет» постоянно развивается и совершенствуется, в том числе и средства шифрования для преодоления законодательных ограничений со стороны государств; в-третьих, государство не в состоянии бороться с постоянно обновляющейся системой, из-за значительного отставания и нехватки новых ресурсов и технологий регулирования.

Список использованных источников:

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
2. Telegram. URL: <https://tigrm.ru/> (дата обращения: 01.11.2020).
3. Откуда взялся Telegram-канал Nexta и почему именно он стал рупором протестов в Беларуси? URL: <https://vk.cc/aCaIN2> (дата обращения: 01.11.2020).
4. Скребец Е. С. Организационные и правовые аспекты ликвидации массовых беспорядков // Вестник Краснодарского университета МВД России. – 2015. – №3. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_25036332_56127145.pdf (дата обращения: 02.11.20)

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Асанова А. Ю., студент

Научный руководитель – Ким О. В., к. ист. н., доцент
Кемеровский государственный университет
miss.anastasiyaasanova@yandex.ru

Кемеровская область – один из главных промышленных центров России и СФО, специализирующийся на горнодобывающей, металлургической и химической промышленности. Но также Кемеровская область богата природными и культурно - историческими объектами. И, естественно, такие места привлекают туристов, как из Кемеровской области, так и из других регионов России. Тем не менее, есть ряд проблем, с которым сталкивается молодежный туризм, и туризм в целом, и в данной работе мы попробуем с этим разобраться, а также понять, какие перспективы туристской сферы существуют в Кемеровской области на современном этапе.

Молодежный туризм – особый вид путешествий, индивидуальный или коллективный по форме, когда молодые люди предпочитают отдыхать большими компаниями, объединенными общей целью познания мира и проведения досуга [1]. Развитие молодежного туризма в Кузбассе неразрывно связано с развитием горнолыжного туризма, в первую очередь, в Шерегеше, так как этот курорт достиг международного стандарта качества и привлекает людей не только из России, но и зарубежных стран.

Сам туризм стал развиваться в Кемеровской области в начале 1990 годов. Все началось с поселка Шерегеш и строительства там баз отдыха, а также лыжных трасс. Сейчас Шерегеш – это горнолыжный курорт не только российского, но и международного уровня. Так, с 2000 года в развитие инфраструктуры Шерегеша и увеличения туристического потока было вложено более 10 млрд. руб., а к 2020 году вложили еще 3 млрд. руб. Естественно, проведение фестивалей и спортивных мероприятий способствует развитию курорта и привлечению туристов и любителей активного отдыха. В рейтинге 2016 года первое место по популярности горнолыжного туризма занял Краснодарский край. Кемеровская область оказалась на втором месте, что дает понять о совершенствовании инфраструктуры Шерегеша, как горнолыжного комплекса по всем параметрам (сервис, безопасность, досуг и т. д.) [2].

Но кроме Шерегеша в Кемеровской области много других интересных мест: Поднебесные Зубья на границе с Хакасией, где осуществляются пешие зимние и летние туры, проведение пеших и велотуров в Салаирском кряже, горнолыжно-туристический комплекс «Танай» в Промышленновском районе.

Именно активный отдых (поход в горы, сплавы, велотуры и т. д.) является одной из главных черт молодежного туризма, а в Кемеровской области, как мы уже заметили, мест для активного и интересного отдыха большое количество.

Отдельно хочется остановиться на развитии велотуризма в Кемеровской области. Так, в 2014 года музей «Томская Писаница» предоставил проект веломаршрута по своей территории и выиграл. Веломаршрут правильно построен, для него отведены специальные дорожки и пометки зон отдыха и питания. Теперь люди могут совмещать приятное с полезным – знакомство с экспозициями и активный отдых среди могучего соснового леса [3].

Нужно сказать, что молодежный туризм имеет ряд особенностей, и с некоторыми из них мы уже познакомились:

- Достаточно экономичный вариант отдыха: это касается в первую очередь проживания и транспорта.
- Цель путешествия – это авантюризм и проверка своих возможностей.
- Молодежный туризм – это наличие общих целей и совместное их достижение, будь то спортивная или познавательная деятельность [4].

Но молодежный туризм не ограничивается только активным отдыхом, также он включает в себя различные фестивали, экскурсионные программы, как для детей и подростков, так и для взрослых.

Так, в Кемеровской области есть множество памятников культурного и исторического значения: Томская Писаница (внесенная в список ЮНЕСКО), Кузнецкая крепость и город Мариинск со своим историческим центром. Молодежь предпочитает также событийный и этнотуризм. В Кузбассе, как мы уже отметили, достаточно много различных мест для совершения подобных видов туризма. Томская Писаница, удивительное место, и удивительно оно не только природой, но и своим исторически – культурным наследием. На Томской Писанице часто происходят различные концерты, фестивали и праздники, которые поднимают настроение, а также помогают в интересной формезнакомиться с историей нашего края. На Томской Писанице празднуются как русские, так и праздники малых коренных народов Кузбасса – шорцев и телеутов, для того, чтобы прививать интерес к изучению народов и традиций своего края у детей и молодежи. Также стоит обратить внимание на этномузей «Газгол», находящийся в Таштагольском районе, в деревне Усть – Анзас. Этот музей рассказывает историю жизни и быта шорцев с VI по XX века.

Возрастает роль въездного туризма. По данным на 2010 год Кемеровскую область посетило 600 тыс. чел., где 56 тыс. чел. были гражданами зарубежных стран. Это существенно повышает благосостояние самого региона и обеспечивает рост капитала. Среди перспективных проектов – создание нового кластерного проекта «Создание зоны активного туризма «Поднебесные Зубья» и «Создание зоны развития культурно-познавательного туризма «Мариинск исторический»», что поспособствует вовлечению граждан и молодежи в активный отдых и спорт, а также знакомству с историей и пейзажами своего

края. Кроме фестивалей и праздников фольклорного характера, молодежь привлекают фестивали, направленные конкретно на нахождение новых знакомых, единомышленников, погружение в атмосферу ярких эмоций и позитива. Одним из таких можно назвать Grelkafest. Этот фестиваль проходит теперь каждый год зимой или в начале весны с 2013 года, и уже стал визитной карточкой Шерегеша для молодежи. Музыка, катание на горных лыжах и сноубордах, конкурсы красоты и многое другое – все это Grelkafest! А что является огромным плюсом для людей, а особенно для молодежи, которые едут большими компаниями за яркими эмоциями и желанием сэкономить – это то, что участие в данном фестивале совершенно бесплатно! [5].

Один из аспектов молодежного туризма – это организация туристических походов и лагерей. Так, в Кузбассе очень много спортивно-оздоровительных лагерей для детей и подростков, в основном все они находятся на Юге и Юго-Западе Кемеровской области (Новокузнецк или Салаир). Пожалуй, самый известный – это лагерь «Сибирская Сказка», который находится в Новокузнецком районе. Нужно отметить, что это не просто лагерь для отдыха и оздоровления, это центр, где каждый человек сможет найти что-то интересное для себя. Здесь организуется множество секций: туризм, экология, школа журналистов, фестивали творчества, военно-спортивные сборы и не только. Главная цель «Сибирской Сказки» – это поддержание дружественных и понимающих отношений между взрослыми и детьми, а также расширение кругозора и приобщение к спорту [6].

Отдельно нужно сказать про увеличение потока иностранных туристов. Так, в 2015 году по сообщению официального представителя областного управления Федеральной миграционной службы Евгения Невзорова порядка 1,1 тыс. иностранцев прибыли с целью «туризм», что превышает данные за предыдущий год на 160 человек. Традиционно повышенный интерес Кузбасс вызывает у немцев (360 человек) и итальянцев (180 человек), а также граждан Китая (80 человек) и Кореи (50 человек), других стран Европы и Латинской Америки (десять граждан Бразилии и трое из Венесуэлы). Данная оценка позиционирует Кузбасс, как туристический регион, в который стоит инвестировать, и который стоит развивать, путем приближения туристской сферы к мировым стандартам качества инфраструктуры и сервиса.

В Кемеровской области была предложена программа брендового маршрута (3-4 дня), упор которой делался на промышленный туризм. Уже создаются специальные рабочие группы с промышленными объектами и туроператорами для координирования деятельности и создания туристского продукта [7]. Брендовый маршрут в Кузбассе в первую очередь как раз направлен на детей и молодежь, для знакомства с промышленностью своего края. Тем самым Кузбасс развивает так называемый индустриальный туризм, что впоследствии может стать визитной карточкой региона. Ведь побывать на крупных заводах области, увидеть процесс производства вживую – это познавательное времяпровождение и возможность найти профессию, которая тебе понравится.

Но, к сожалению, несмотря на достаточно быстрое развитие туристской сферы и, в частности, молодежного туризма, данная область все еще имеет ряд проблем, которые замедляют ее развитие. В первую очередь, это отсутствие нормативной базы для молодежного туризма. Пока нет четких программ, направленных на развитие именно молодежного туризма. Несмотря на постепенное развитие детско-юношеского туризма, краеведческих и патриотических движений в Кузбассе, как например, движение «Отечество», где дети и молодежь знакомятся с историей своего родного края, с памятниками, участвуют в походах и экспедициях, молодежный туризм еще недостаточно популярен. Из этого вытекает вторая проблема – это недостаточная заинтересованность самих детей и молодежи в привлечении себя к активному и познавательному отдыху. Молодежь больше предпочитает сходить в клуб или бар, нежели отправиться в поход или сплавиться по чарующим рекам Кузбасса. Власти Кузбасса должны больше просвещать детей и молодежь о плюсах спортивного, познавательного и других видов туризма, которые смогут помочь молодому поколению укрепить свое физическое состояние, расширить кругозор и возможность принести пользу другим людям.

Также существует проблема, которая тормозит развитие молодежного туризма – это дороговизна туров. Как мы уже знаем, что отличительной чертой молодежного туризма – это экономичность. Но в Кузбассе достаточно дорогой отдых, и в первую очередь это касается Шерегеша и Таная: регион почти не предоставляет скидки на проезд, высокая цена проживания, а также недостаточный спектр развлекательных программ и мероприятий. Недостаточно количество волонтеров в Кузбассе, которые могли бы популяризовать сферу туризма, спорта и патриотизма. Нет людей, которые могли бы работать сообща и развивать интерес детей и молодежи. Однако, по программе «Туризм, молодежная политика и общественные отношения Кузбасса» на 2021 - 2024 годы, предполагается увеличение количества волонтеров до 100 тыс. чел. к 2024 году. Также в этой программе говорится о развитии туристических и спортивных лагерей [8].

И, наверное, самой главной проблемой развития молодежного туризма является недостаток специализированных кадров для организации туров для детей и молодежи, а также недостаток общих маршрутов для проведения походов. Хотя власти Кузбасса занимаются данным вопросом, но нет еще достаточного количества лагерей и маршрутов, а также недостаток персонала, так как многие туристские организации не хотят брать на себя ответственность за детей и подростков [9].

В заключении хотелось сказать, что молодежный туризм в Кузбассе набирает оборот, возникают организации для осуществления подобных туров, развивается инфраструктура, в первую очередь доступного характера, как например, хостелы. Но проблемы, которые мы разобрали, все еще не решены, но власти и специальные организации Кемеровской области работают по развитию данной сферы для привлечения молодежи, и вовлечения их в активный

и познавательный отдых, так как Кузбасс богат удивительными местами, традициями и людьми, и может привлечь туристов.

Список использованных источников:

1. Молодежный туризм как сегмент молодежной культуры. URL: <https://tymolod59.ru/11339> (дата обращения: 1.11.2020).
2. Шерегеш занял вторую строчку рейтинга популярных горнолыжных курортов. URL: https://kuzbass.aif.ru/society/sheregesh_zanyal_vtoruyu_strochku_reytinga_populyarnyh_gornolyzhnyh_kurortov (дата обращения: 1.11.2020).
3. Коновалова Е. Е. Развитие молодежного туризма в России. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-molodyozhnogo-turizma-v-rossii/viewer> (дата обращения: 3.11.2020).
4. Молодежный туризм как сегмент молодежной культуры. URL: <https://tymolod59.ru/11339> (дата обращения: 4.11.2020).
5. GrelkaFest. URL: <http://grelkafest.com/> (дата обращения: 6.11.2020).
6. Детский оздоровительно-образовательный (профильный) центр «Сибирская сказка». URL: <http://visit-kuzbass.ru/ru/chto-posetit/detskij/ozdorovitelnye-lagerya/508-detskij-ozdorovitelno-obrazovatelnyj-profilnyj-tsentr-sibirskaya-skazka.html#!342272891> (дата обращения: 6.11.2020).
7. Индустрия впечатлений – материал о развитии туризма в Кузбассе. URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5e17e3ed16ef9000add9505d/industriia-vpechatlenii-material-o-razvitii-turizma-v-kuzbasse-5e1ebb2efc69ab00adcd7ff2> (дата обращения: 9.11.2020).
8. «Об утверждении государственной программы Кемеровской области - Кузбасса «Туризм, молодежная политика и общественные отношения Кузбасса» на 2021 - 2024 годы». URL: <http://docs.cntd.ru/document/570956529> (дата обращения: 10.11.2020).
9. Проблемы развития детско-юношеского и молодежного туризма и их решение. URL: <https://www.prodlenka.org/stati-obr/obobschenie-opyta/14141-problemi-razvitiya-detsko-unosheskogo-i-molodejnogo-tyrizma-i-ih-reshenie> (дата обращения: 11.11.2020).

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО НАУЧНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В СИБИРИ

Гнедкова М. А., студентка

Научный руководитель – Донцова О.И., к.э.н. доцент

Финансовый университет при Правительстве РФ

milenagnedkova@yandex.ru

Туризм – одно из важнейших направлений развития во многих странах. Развитие внешнего и внутреннего туризма во многом способствует экономическому росту, усовершенствованию транспортной системы, строительства,

торговли, поддержке субъектов МСП. Российская Федерация обладает значительным туристским потенциалом. Так, по данным Росстата в 2019 году численность иностранных туристов составила 24.419.000 человек, однако, это далеко от прогноза Всемирной туристской организации, согласно которому Россия может принять до 40 млн. туристов. К тому же последние четыре года численность туристов сокращается [1].

Значительную роль в развитии туризма в России может сыграть реализация мероприятий, способствующих продвижению Сибири, как региона с уникальными природными ресурсами и достопримечательностями. Большинство населения России не воспринимает Сибирь, как место для отдыха и культурного просвещения, поэтому необходимо развивать бренд Сибири среди молодежи, в первую очередь, посредством проведения масштабных мероприятий и распространения видеороликов, отражающих красоту и уникальность данного региона.

Стоит отметить, что Сибирь является регионом с большим этнографическим наследием. Студентам профильных специальностей и туристам, заинтересованным в изучении древних культур, будет интересно погрузиться в этнические особенности Сибири, познакомиться с обычаями и бытом различных, проживающих на ее территории народов.

Необходимо также задействовать информационные ресурсы Русского Географического Общества, которое осуществляет различные туристские проекты по всей России, Фонда содействия сохранению озера Байкал, Фонда поддержки образования «Ноосфера» [2].

Значительное внимание стоит уделить разработке межрегиональных маршрутов, для того чтобы регионы Сибири не конкурировали друг с другом на туристическом рынке. В качестве примера такого маршрута можно отметить «Транссибирский экспресс», который охватывает территории Поволжья, Урала, Сибири и Дальнего Востока.

Одним из перспективных направлений развития является создание единого портала в сети Интернет, посвященного туризму в Сибири. Так, любой пользователь сможет ознакомиться со всеми доступными маршрутами, достопримечательностями и событиями Сибири. На портале должна размещаться развернутая и актуальная статистика по внутреннему и въездному туризму, а также лучшие региональные практики. Для продвижения данного портала на зарубежный рынок, стоит задействовать, в первую очередь, Министерство иностранных дел и Министерство культуры [3].

Несмотря на то, что развитие научного туризма связано с имеющимся ресурсным потенциалом, необходимо развивать туристскую инфраструктуру, реализовывать грамотную маркетинговую стратегию и стратегию межрегионального сотрудничества, а также осуществлять подготовку квалифицированных специалистов по въездному туризму.

Сильными сторонами Сибири, как туристического региона, являются наличие озера Байкал и других природных ресурсов, большая концентрация

объектов культуры и организаций, профессионально занимающихся туристической деятельностью, имеется достаточное количество мест для размещения туристов, оказывается финансовая поддержка со стороны всех уровней власти. Слабыми сторонами являются относительно неблагоприятные климатические условия, недостаточно развитая инфраструктура, отсутствие единой стратегии развития туристической индустрии, высокая стоимость туров (в том числе, дорогое и некачественное туристское снаряжение) [4].

Научно-познавательный туризм в настоящее время набирает большую популярность среди молодежи. Ростуризм ведет активную работу над созданием отдельного национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». В рамках этого нацпроекта, а также федеральной программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2019-2025 годы)» перспективным направлением выступает развитие культурно-познавательного туризма среди молодежи, в частности среди студентов высших учебных заведений. Развивать данное направление возможно посредством создания Всероссийской молодежной программы, в рамках которой студенты российских вузов на конкурсной основе получают возможность отправиться в тур по Сибири в свободное от учебы время. Во время туристической поездки студенты смогут не только познакомиться с достопримечательностями Сибири, но и получить дополнительные знания по своей образовательной программе, посетить крупные коммерческие компании и пообщаться с интересными людьми (представителями государственных органов, бизнес-сообщества, политиками, юристами и т.д.).

Реализация Программы способствует решению таких проблем, как низкая заинтересованность молодежи во внутреннем туризме, недостаток практических и социальных навыков у выпускников высших учебных заведений, необходимость ознакомления со спецификой будущей работы, распространение нездорового образа жизни среди молодежи. В стратегическом плане Программа окажет влияние на развитие молодежного и семейного туризма, так как студенты, принявшие участие в мероприятиях программы, вероятно, в будущем соберутся вновь посетить Сибирь, а также окажут положительное влияние на формирование бренда Сибири.

Цель Программы: популяризация Сибири, как места отдыха и культурного просвещения среди молодежи. Задачи Программы:

- поощрение и мотивация наиболее талантливых и перспективных студентов российских вузов;
- привлечение внимания молодежи к культурным достопримечательностям Сибири и туристическому потенциалу данного региона;
- развитие у молодежи практических и социальных навыков, необходимых для будущей работы по специальности (в стратегическом плане – снижение уровня молодежной безработицы и мотивация выпускников школ к получению высшего образования).

Данная Программа является уникальной для развития научно-познавательного туризма, так как студенты изначально заинтересованы в получении

дополнительных знаний по своему направлению и в приобретении практических навыков. Об этом свидетельствуют высокая популярность научных проектных школ в свободное от учебы время, выездных семинаров, желание студентов проходить практики и стажировки во время каникул, участвовать в различных мероприятиях от работодателей, таких как кейс-чемпионаты, образовательные программы.

Механизм работы Программы должен включать в себя сбор заявок студентов, с указанием учебных, научных, творческих и иных достижений, выполнение учащимися конкурсного задания, формирование рейтинга, согласно которому, студенты, занимающие верхние позиции, могут отправиться в туристическую поездку бесплатно.

При реализации Программы необходимо учитывать риски, в том числе риск отказа от участия в поездке студентов, которые не смогли отправиться в тур бесплатно. С целью минимизации рисков необходимо продумать грамотную маркетинговую стратегию с привлечением средств массовой информации в сети Интернет, учитывать личные предпочтения студентов при составлении программы поездки (программа должна быть насыщенной мероприятиями, так как молодежные туристские группы легки на подъем, а впечатления от поездки во многом зависят от атмосферы в коллективе).

Для того чтобы в Программу ежегодно вовлекалось больше студентов, участники должны стать амбассадорами Программы. Например, конкурсное задание может быть связано с развитием туристского потенциала Сибири, во время поездки должны проводиться трансляции, а наиболее активные студенты смогут получить грант на развитие собственного туристского проекта. Данная Программа была предложена для реализации в комитет Государственной Думы по физической культуре, спорту, туризму и делам молодежи, в который поступает большое количество проектных и законодательных инициатив, ряд из которых депутаты прорабатывают и вносят в Государственную Думу.

В заключение, стоит отметить, что пандемия коронавируса оказала существенное влияние на туристскую индустрию. С целью поддержки данной отрасли Правительством РФ были разработаны такие меры, как выплата субсидий на возмещение убытков, отсрочка предоставления бухгалтерской отчетности, программы льготного кредитования, мораторий на налоговые проверки. Так, по данным Министерства экономического развития на 1 августа 2020 года было заключено свыше 1880 соглашений по предоставлению льготного кредита на неотложные нужды для поддержки субъектов МСП (Программа № 422), осуществляющих деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса [5]. В настоящее время, в связи с ухудшением эпидемиологической ситуации, в нашей стране наблюдается рост спроса на внутренний туризм, поэтому необходимо приложить все усилия для развития туристской инфраструктуры и популяризации путешествий по России.

Список использованных источников:

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rosinfostat.ru/turizm/>
2. Кирпичева М.А., Магомедова Г.М. Развитие научно-познавательного туризма в Сибири // Научные труды Вольного экономического общества России. 2016. №2.
3. Тихомиров С.В., Мусиенко И.В. Туризм как новая специализация Сибири // ЭКО. 2012. №9 (459).
4. Удалых, С. К. Туристская индустрия сибирского региона: SWOT-анализ развития туристского комплекса Иркутской области // Проблемы и перспективы экономики и управления. 2014.
5. Министерство экономического развития [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru/>

МОЛОДЕЖНЫЙ ТУРИЗМ В КУЗБАССЕ: ПРОБЛЕМЫ, ИДЕИ, ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Ждан Е. А., студент

Красильникова О. С., ст. преподаватель
Кемеровский государственный университет
katerinazdan@gmail.com

В настоящее время туризм является одной из наиболее перспективных и прибыльных отраслей. Массовое транслирование туризма в медиа, существование огромного количества travel-блогов создаёт спрос у потребителей. Туризм, основанный на принципах свободы, ярких впечатлениях, экстрима, соответствует концепции современного человека «Бери от жизни все».

Помимо этого, туризм является выгодной отраслью мировой и региональной экономики. Тем не менее, локальный туризм испытывает большие трудности. Исследователи отмечают две группы причин данной проблемы: ресурсы и туристическая политика [1, С. 254]. Подробно анализ проблем туризма Кузбасса проанализирован О. С. Андреевой, С. Д. Тивяковым. В перечень проблем вошли такие, как:

1. высокие издержки на строительство объектов инженерной инфраструктуры;
2. нехватка квалифицированных специалистов;
3. отсутствие полной информации о состоянии, составе и динамике развития туристских ресурсов, туристской инфраструктуры;
4. стихийное освоение территорий, предназначенных для развития туристской деятельности;
5. запутанность земельных отношений и неравномерные темпы застройки отдельных участков туристских зон; 6. широкое распространение энцефалитного клеща [2].

Кузбасс является регионом с высоким рекреационным потенциалом. Природные факторы, историческая содержательность, культурное наследие все это дает огромное преимущество для туристической деятельности. В Кузбассе представлены разные виды туризма, такие как горнолыжный, лечебно-оздоровительный, исторический, агротуризм, экологический, снегоходный, приключенческий туризм и многие другие. Горнолыжный, культурно-исторический, спортивный туризм, по мнению специалистов, обладают наибольшим потенциалом развития [2]. Но при всем этом разнообразии выбора остаётся открытым вопрос о привлечении разных групп туристов. Недостаточная информированность о Кузбассе становится причиной того, что многие путешественники не выбирают Кузбасс в качестве туристического места. Как правило, туристы ориентируются на более популярные и представленные в медиа рекреационные места. Помимо проблемы привлечения внимания соотечественников, стоит сделать также упор и на иностранных граждан. Совсем немногочисленные группы туристов-иностранцев знают о кузбасском туризме.

Следующее направление – решение проблемы молодежного туризма в Кузбассе. Стоит отметить, что молодежь – сложная социальная группа, устремленная в будущее, ориентированная на прогрессивные идеи. Туризм среди молодежи – интересный феномен, одни предпочитают бы развлекательные вечеринки, рейвы, другие интересуются историей родного края, ее развитием и огромным разнообразием, третьи хотят провести время в теплой компании на природе. Мы полагаем, что необходимо учитывать интересы потенциальных потребителей, использовать опыт соседних регионов и собственную уникальность. Главная задача туристической политики Кузбасса в данном случае обеспечить многообразие потребностей и удовлетворение интересов самой требовательной и взыскательной категории людей – современной молодежи. Качественный контент социальных сетей должен помочь определиться молодежи с местами потенциального кузбасского туризма. Реальные недостатки молодежного туризма в Кузбассе, связаны с тем, что у многих молодых людей Кузбасс не ассоциируется с ярким туристическим местом. Угольные бассейны, природные ресурсы, увлекательная историческая ценность, можно провести аналогии с придуманной локацией Твин Пиксом.

Немаловажным фактором выбора места туризма у молодёжи является ценовой сегмент. Учитывая этот фактор, уровень сервиса предоставляемых туристических услуг, бренд и популярность туристических мест, они чаще склоняются к заграничному туризму. Действительно, часто туристические путёвки за границу обходятся дешевле, чем отечественный отдых. Проблемы инфраструктуры и неконкурентных цен по-прежнему остаются актуальными.

Значимым для молодежи является и возможность поделиться в социальных сетях фото и постами своего отдыха. Есть общепризнанные популярные места отдыха, где сам факт отдыха является «зачетным». Есть места отдыха необычного, непривычного, того, что непременно привлечет внимание сверстников, молодежь любит все то, что выделяет ее из общей массы. Поэтому нужно создать целостную инфраструктуру, учитывая разнообразные интересы

молодежи. Вряд ли лечебно-оздоровительный отдых в местной санатории привлечет большое внимание этой категории потребителей туристической сферы услуг. В местах отдыха Шерегеш, Танай созданы условия для горнолыжного курорта, именно для любителей этого вида отдыха. Однако не все владеют горными лыжами или хотят научиться кататься на них. Можно предложить вспомнить традиции катания на лошадях, в санях, на собачьих упряжках, доступные лыжные трассы, катки. Для привлечения молодежи можно использовать привлекательный образ водного мира, с аквапарками, бассейнами с искусственной волной для занятий серфингом, подводным плаванием.

Идей очень много, однако, нужно учитывать реальные доходы молодежи, необходимо сделать туризм в Кузбассе доступным. Таким образом, можно решить две задачи: привлечь молодежь и повысить прибыль от туристической отрасли в области. Кто, как не сами молодые люди могут ответить на вопрос, что же им действительно интересно. Поэтому представители молодежи, на наш взгляд, должны входить в состав комиссий, участвующих в разработках проектов развития молодежного туризма. Их свежие креативные идеи помогут воплотить в жизнь смелые мечты. Возможно, по прошествии времени, Кузбасс будет ассоциироваться с великолепной туристической базой не только для кузбасской молодежи, но и для нашей страны, а также студентов иностранных государств. Решение проблем молодежного туризма в регионе поможет созданию новых рабочих мест, в том числе для молодежи и студентов, будет способствовать популяризации здорового образа жизни, повышать культурно-образовательный уровень молодежи.

Список использованных источников:

1. Скрипак Е. И., Суровцева А. А. Развитие туризма в России и Кузбассе: осознаваемые проблемы // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2015. – № 2 (62) Т.7. – С. 251-255.

2. Андреева О. С., Тивяков С. Д. Развитие туризма в Кузбассе: состояние, проблемы, перспективы. URL: <http://naukarus.com/razvitie-turizma-v-kuzbasse-sostoyanie-problemy-perspektivu> (дата обращения: 12.11.2020).

3. Стратегия развития туристско-рекреационного кластера Кузбасса до 2015 года. URL: http://technopark42.ru/uploads/page_asset/file/35/img.pdf (дата обращения: 12.11.2020).

4. Кузбасс. Туристско-рекреационный кластер Кемеровской области. Официальный сайт. URL: <http://visit-kuzbass.ru/ru/tur-klaster/o-klaster.html> (дата обращения: 12.11.2020).

СПЕЦИФИКА МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА В США

Зубрикова М. А., студент

Научный руководитель – Чирун С. Н., д. полит. н., доцент

Кемеровский государственный университет

shegm@bk.ru

Туризм – один из самых быстрорастущих видов бизнеса в мире. В то же время на современном этапе такой вид туризма, как молодежный, сильно актуализируется.

В настоящее время, когда основными характеристиками современного общества являются рациональность, преобладание материальных ценностей, кризис духовного мировосприятия, на первом плане должна появиться забота о духовном развитии подрастающего поколения. Молодежь – это одна из важнейших групп в современном обществе, отражающая всю общественную жизнь в своей жизни и деятельности [1, С. 116].

Молодежь – это образ, в котором общество отражает представление о своем настоящем и будущем. Проблема развития личности человека всегда была в центре внимания общества. Воспитание, основанное на приучении подрастающего поколения к духовному и художественному творчеству, является важнейшим элементом воспитания личности и формирования определенного мировоззрения. Приобщение молодого человека к культуре, постепенное развитие у него навыков, обычаев, норм поведения, форм мышления и эмоциональной жизни способствуют саморазвитию и самореализации личности. Результат такого воспитания – гармоничное развитие личности.

Молодые люди склонны к переменам во многом: от классического стиля в одежде до переезда из родной страны в совершенно другую – и индустрия туризма не является исключением. Молодежь мыслит вне шаблонов и стереотипов, расширяет границы и ставит эксперименты с новым. Молодежный туризм важен, потому что молодежный сегмент для любого национального туристского рынка – один из самых перспективных.

Признанным лидером мирового туристического рынка являются Соединенные Штаты Америки, хотя развитие туризма в США началось сравнительно недавно. В 2019 году страну посетили около 32 миллионов молодежи [2], а уровень доходов от международного туризма в целом за тот же год составил 860,7 миллиардов долларов США, что позволяет Соединенным Штатам занимать лидирующие позиции в мире в этой сфере.

Основной тенденцией развития туризма в США является преобладание внутреннего туризма, который является основной тенденцией туристической индустрии США. Одним из наиболее востребованных видов туризма среди американцев исследователями отмечается путешествие в автомобиле с трейлером.

Кроме того, распространение получили пляжный туризм, рыбная ловля, пикники, гребля на каноэ, велотуризм, спелеотуризм, лыжный спорт и другие

виды активного отдыха. Большинство путешествий американцами совершается в выходные дни, а выездной туризм в США является в основном привилегией среднего класса.

В настоящее время наиболее перспективным направлением деятельности представляется развитие молодежного туризма и сферы социальных и культурных услуг. Сфера туристических услуг – это особая и многогранная отрасль экономики страны, объединяющая организации, производящие материальную и нематериальную продукцию. Правильное функционирование туристической индустрии предполагает зависимость от большого количества факторов: экономических, политических, социальных, культурных, экологических и т. д. С одной стороны, развитие сферы молодежного туризма зависит от предпочтений и желаний потребителей-туристов, а с другой – от влияния внутренних и внешних факторов. Поэтому в молодежном туризме необходимо учитывать не только особенности своей страны, но и использовать опыт зарубежных стран [3, С. 96].

Молодежный туризм, который является динамичной и быстрорастущей отраслью, в значительной степени приносит значительный доход, создавая ценность для большего числа рабочих мест, а также платежный баланс в экономическом контексте. Он также играет важную роль в борьбе с бедностью. Таким образом, больше внимания уделяется развитию молодежного туризма в развитых и развивающихся странах.

Перспективы туризма в США подают большие надежды. Они связаны с общим экономическим ростом, увеличением доходов населения, повышением качества жизни и, как следствие, увеличением спроса на путешествия, что стало особенностью современного образа жизни.

Однако, рассматривая перспективы развития туризма, нельзя игнорировать наличие угроз и вызовов, которые необходимо учитывать при организации туристической деятельности: конкуренция со стороны аналогичного европейского продукта; сейсмическая активность, ураганы; риск стихийных бедствий в юго-восточных штатах; большие исходящие потоки; терроризм как глобальное явление [4, С. 187-191].

Урбанизация, ограниченные возможности для развития и полной реализации своего потенциала, гиподинамия и другие стрессовые ситуации приводят к увеличению потребности молодежи в доступных услугах в области оздоровления, досуга и развлечений. Помимо интеллектуального оздоровления государства, решение этой проблемы является одной из стратегических задач как на федеральном, так и на региональном уровне. В этом контексте актуальна задача разработки адаптивного подхода к организации туристических услуг для молодежи в США [5, С. 25-28].

Молодые американцы сегодня тратят почти половину своих продовольственных бюджетов на питание вне дома вместо того, чтобы готовить самостоятельно. Этот туристический сегмент сейчас просто процветает в США.

Увеличивается число доставок пищи, увеличивается разнообразие видов обслуживания в ресторанах и кафе, процветает семейный бизнес в этом

секторе, увеличивается конкуренция с нетрадиционными на этом рынке игроками, растёт требовательность к предприятиям общественного питания со стороны клиентов.

Мы видим, что большую часть валовой выручки отрасли дают авиакомпании и гостиничный бизнес, всё же, большинство туристов не путешествует для того, чтобы просто сесть в самолёт и потом отлеживаться в гостиничных номерах. Туристу нужны впечатления и здесь уже требуются усилия и вложения всех участников этого бизнеса в инфраструктуру куда вы везёте туриста, и где вы предоставляете ему жильё.

Федеральная программа, разработанная для развития молодежного туризма в США, и представленные в ней проблемы и методы их решения сегодня очень реалистично показывают картину. Эта программа предлагает сделать молодежный туризм образом жизни, сделать его модным и сделать его национальной индустрией. Молодежный туризм – как программа может конкурировать с национальными программами, такими как «Образование» и «Здоровье».

Говоря о перспективах развития молодежного туризма в США, можно затронуть вопросы российско-американских отношений, которые в настоящее время переживают непростой период из-за разных подходов к решению ряда важных международных проблем и прилагаются огромные усилия для их восстановления. Здесь тоже может сыграть роль молодежный туризм. Туризм способствует развитию и укреплению контактов на другом аполитичном, недипломатическом, но человеческом уровне: между гражданами России и США, не сломавшимися от последствий информационных войн.

Для нейтрализации кризиса в российско-американских отношениях путем развития и укрепления таких контактов необходимо решить проблему напряженности в отношениях между гражданами России и США, устранить препятствия, связанные с незнанием культуры, национального характера и национальных особенностей жителей обеих стран, поскольку культурный барьер велик и страшнее языкового.

Молодежный туризм – сложное явление, которое действительно может помочь молодым людям найти свой жизненный путь и не требует больших финансовых вложений. Согласно мировым тенденциям, большинство путешественников – это молодые люди.

Поэтому важнейшей задачей государства является проведение в стране эффективной молодежной социально-экономической политики в сфере туризма и отдыха. Следует отметить, что при ежегодном увеличении спроса молодежи к туризму, в решении проблем развития туризма задействованы несколько государственных ведомств, нет единой основы для развития социального туризма среди молодежи, ощущается нехватка квалифицированных туристских кадров, маршрутов и технологий, которые способны качественно удовлетворить растущий спрос молодежи на основе программ внутреннего туризма.

В тоже время, пока ещё в США нет четкого понимания целостности структуры молодежного туризма, нет четкой концепции организационных и

технических шагов по развитию инфраструктуры молодежных туристических центров и продвижению молодежного туризма в регионах США.

Поэтому, прежде всего, для решения проблем молодежного туризма необходимо развитие региональных программ молодежного туризма и эффективное межрегиональное сотрудничество в развитии национального социального туризма.

Можно сделать вывод, что молодежный туризм в США находится на стадии развития. В настоящее время существуют определенные проблемы в эксплуатации и проведении молодежных туров, но даже в ситуации пандемии предпринимаются важные шаги по созданию инновационной базы для организации досуга и отдыха молодежи.

Список использованных источников:

1. Арефьев В. Е. Введение в туризм: учебное пособие. – М.: АСТ, 2015. 282 с.
2. World's 10 most popular tourist destinations (and their future rivals): [Электронный ресурс]. CNN. URL: <https://edition.cnn.com/> (дата обращения: 02.11.2020).
3. Александрова А. Ю. Международный туризм. – М., Аспект Пресс. 2017. – 235с.
4. Кравчук Т. А., Богданова А. М., Горская И. Ю. Образовательный тур в США – как возможность многоцелевого молодежного туризма / Молодежный спортивный и спортивно-оздоровительный туризм: современное состояние и перспективы развития: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Сочи, 2016. – С. 187-191.
5. Высоких А. Г. Социальное партнерство в США как фактор развития туризма / Национальные традиции в развитии торговли, экономики и культуры. Тринадцатая межвузовская студенческая научно-практическая конференция. – М., 2016. – С. 25–28.

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЁЖНОГО ТУРИЗМА В ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ

Кудашова М. Е., студент

Научный руководитель – Митрофанова О. Н., ст. преподаватель

Липецкий государственный технический университет

maria5282.k@yandex.ru

Молодежный туризм можно назвать основой социально-культурных механизмов. Различные условия, с его помощью, могут быть созданы для раскрытия возможностей и способностей молодёжи, а ещё закрепления у них гражданско-правовых и нравственно-культурных ценностей, основанных, в первую очередь, на патриотизме. Молодежный туризм считается особым видом туризма, который может быть как индивидуальным, так и коллективным

по форме, когда молодые люди отдыхают большими компаниями, объединяются за счет общей цели познания мира, единой формы проведения досуга [1].

По статистике более шестидесяти процентов молодых людей не могут отдохнуть без алкоголя или других запрещенных веществ, но именно молодежный туризм предлагает достойную альтернативу такой искусственной реальности [2]. Ведь сможет ли такой отдых под клубами дыма воспитать всестороннюю личность, достойного гражданина великой страны? Все мы знаем ответ на этот вопрос.

Очень важно, что развитие нашей страны определяется ролью человеческого капитала в социально-экономическом развитии, которое просто невозможно без эффективного использования интеллектуального, инновационного и творческого потенциала, каким и обладает именно молодежь [3]. Именно от того, как общество даёт развиваться молодым людям и как правительство проводит с ними работу во многом и зависит будущее нашего государства.

Существенно отличается молодежный досуг от досуга других возрастов в силу его специфических особенностей, физических и духовных потребностей. К этим особенностям относится повышенная физическая подвижность, эмоциональная, зрительная и интеллектуальная восприимчивость. Все новое и неизвестное раньше – вот что привлекает молодых людей [4, С. 102].

Именно по этой причине, перспективным направлением является в России развитие молодежного туризма. Сейчас в данной сфере существует множество туристических предложений и направлений. Молодежь интересуют активные, и даже экстремальные виды спорта, привлекают внимание труднодоступные места и необыкновенные объекты с полуразрушенными строениями. Молодые туристы ещё не привязаны к какому-то определённом месту, они могут и любят посещать разные фестивали и мероприятия, даже если те проводятся далеко от их основного места жительства [5, С. 93].

Виды и направления молодежного туризма различны. Это могут быть и горные походы, велосипедные, водные и спелеологические туры. Молодые люди направляются в различные интересные для них места, такие как:

- Крым. Особенно после того, как полуостров снова присоединился к России. На его территории собрано очень много достопримечательностей, что являются уникальными туристическими и природными объектами. Помимо этого, можно увидеть замечательные условия для занятий конными прогулками и экстремальными видами спорта.

- Карелия. Радует взгляд своими водными и пешими маршрутами. Дикая природа и рыбная ловля – любимые занятия многих туристов.

- Урал. Экстремальные сплавы по местным рекам, путешествия в пещеры, национальные музеи и парки – всё это вы найдете в регионах, что протянулись между Восточно-Европейской и Западно-Сибирской равнинами.

Всё это так прекрасно и интересно, но что же может предложить нам Липецкая область?

На рисунке 1 мы можем увидеть карту инвестиционной привлекательности Липецкой области в сфере туризма.



Рисунок 1 – Карта инвестиционной привлекательности Липецкой области в сфере туризма

Липецкая область была образована в 1954 году, она невелика по площади и располагается на семьдесят первом месте среди всех регионов России. Расположена область в центральной части Черноземья и, по этой причине, стала его туристическим центром. В области сформированы только две особые экономические зоны туристско-рекреационного типа – города Задонск и Елец. Эти зоны известны своими памятниками архитектуры и красотой природы. Помимо них, в Липецкой области имеется множество увлекательных и красочных мест.

Рекламно-информационные туры уже проводили в городах, это было сделано для того, чтобы об их заповедниках и храмовых комплексах узнавали в других городах, ведь именно инвестиции в сферу туризма и предоставляют новые рабочие места, увеличивая налоговую базу муниципалитетов. Другим районам Липецкой области также есть, что продемонстрировать. Планируют создавать из малых городов и живописных сел региона целые туристические кластеры, всё это пройдет в областной программе по развитию туризма. В областной казне уже заложены средства на их развитие. Но есть и преграды в формировании сельского зеленого туризма на Липецкой земле – это менталитет сельчан, ведь деревенские жители с недоверием воспринимают туристов.

Есть и другая проблема, что является актуальной для «малых отелей» страны, ведь большинство пожарных и санитарных норм, а также ГОСТы и

СНиПы, не менялись уже давно и иногда не соответствуют современным условиям [6].

Сейчас в Липецкой области формирование туризма ждёт новый оборот: число фестивалей хотят уменьшить в регионе. Проводиться будут самые востребованные, а какие – решат жители. Будут открывать кемпинги для активных путешественников, и повысить уровень сервиса в этой отрасли.

Липецкая область раньше всех в Черноземье стала реализовывать богатый туристический потенциал. Область интересна для молодых путешественников: здесь можно посмотреть и заповедные природные уголки, неповторимые объекты исторического и культурного наследия, старинные храмы, большое число музеев.

«По словам Губернатора региона, в Липецкой области находятся яркие достопримечательности, проводятся зрелищные фестивали, которые известны на всю страну. Разработано свыше сотни туристических маршрутов. В регионе можно заниматься альпинизмом, горными лыжами, серфингом, совершать конные прогулки. Прекрасная природа липецкого края располагает к развитию рыбалки. Этот вид отдыха мы будем активно развивать» [7].

Туристический поток с прошлого года в Елецком районе вырос почти в восемь раз. Со всей России приезжают отдыхающие, что интересуются различным отдыхом: семейным, активным и даже диким. Но стоит отметить, что в туристической сфере региона существует определённая проблема с качеством оказания услуг. Это происходит потому, что предприниматели плохо понимают, как на должном уровне нужно оказывать туристические услуги.

Сейчас планируется начать в Липецкой области формирование активного туризма. Множество кемпингов планируют открыться в ближайшие годы, хотя один уже работает в Елецком районе. Там можно взять палатку в аренду или же воспользоваться своей, и провести время, любясь природой на территории, которая является охраняемой, где есть необходимые удобства, а также волейбольная и футбольная площадки.

Находящаяся в Шаталовке усадьба Хвостовых включена в проект «Усадьбное достояние России». Данный проект предполагает поддержку тем, кто готов взять на себя ответственность за сохранение и использование в разумном сочетании своих интересов и заботы о национальном достоянии.

К сожалению, от бывшего величия Липецкого курорта сегодня почти ничего не осталось, да и нет в этом городе больше тех целебных грязей, которыми в XIX веке лечились дворяне. Они покоятся на дне Петровского пруда, где скопилось до полумиллиона кубометров целебных веществ. Откопай этот бесценный дар природы и начни продавать в SPA-салоны и частные клиники, отбоя не будет от желающих оздоровиться. Пока же, без доступа к курортным процедурам, регулярных экскурсий на Новолипецкий металлургический комбинат и авиационных шоу, к великому сожалению, Липецк остаётся малопривлекательным для туристов. А ведь нам не нужно придумывать, что-то новое, надо лишь сохранить такую приятную старину провинциального городка и возродить всё то, что было в городе в недалёком прошлом, ведь недаром сам

Петр I так любил его и лечился, живя там во дворце, расположенном поблизости от минерального источника.

Пожалуй, самое сложное это убедить и заставить самих жителей города поверить в привлекательность места, где они живут, что их город может быть кому-то интересен с туристической стороны молодому поколению, но власти пытаются внести что-то новое и необычное в повседневную жизнь области, вот только не стоит забывать в погоне за современностью, как же прекрасен и велик простой город.

Список использованных источников:

1. Медведева Е. М., Слинкова О. К. Молодежный туризм как фактор устойчивого развития туристской отрасли в России // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. – 2017. – № 20-2. – С. 16-19.

2. Бредихина В. А., Митрофанова О. Н. Развитие творческого потенциала студенческой молодежи / Современные социальные технологии работы с молодежью в интернет-коммуникациях: сборник статей III Международной научно-практической конференции (г. Уфа, 20 – 21 декабря 2018 г.) / отв. ред. Р. Б. Шайхисламов. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2018. – С. 90-96.

3. Хорошев И. А., Золотухин Н. Н., Митрофанова О. Н. Проектная деятельность как элемент социальной активности студенческой молодежи / Молодежь и наука: шаг к успеху: сборник научных статей 3-й Всероссийской научной конференции перспективных разработок молодых ученых (21-22 марта 2019 года). Т. 2. – Курск: Университетская книга, 2019. – С. 260-263.

4. Молодёжный туризм: учебное пособие / Г. В. Палаткина. – М.: КНО-РУС; Астрахань: АГУ, Астраханский университет, 2016 – 206 с.

5. Каменец А. В., Кирова М. С., Урмина И. А. Молодежный социальный туризм: учебное пособие для академического бакалавриата / под общей редакцией А. В. Каменца. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2016. — 162 с.

6. Боголюбов В. С. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник для академического бакалавриата. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 293 с.

7. Официальный сайт администрации города Липецка. URL: <http://lipetskcity.ru/> (дата обращения: 27.09.2020).

ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ БРЕНДИРОВАНИЯ «ТИСУЛЬСКОЙ ЛЕГЕНДЫ» ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА СЕВЕРЕ КУЗБАССА

Чирун С. Н., д. полит. н., доцент
Кемеровский государственный университет
Sergii-Tsch@mail.ru

Туристический потенциал севера Кузбасса характеризуется поистине уникальными ресурсами. Между тем, он пока значительно слабее представлен в продвижении туристического продукта в сравнении с популярнейшими не только в России, но и за рубежом туристическими дестинациями юга Кемеровской области – такими как, например, курорты Шерегеш и Черный Салан.

Между тем, в уникальном ландшафте севера Кузбасса сосредоточено значительное количество объектов природного и культурного значения, способных обеспечить базис для формирования и конкурентного развития востребованных не только в регионе, но и за его пределами уникальных туристических дестинаций.

Одним из потенциальных драйверов развития туристической индустрии региона является «Тисульская легенда». Разумеется, нас интересует не оценка степени достоверности / не достоверности этой легенды, а исключительно её потенциал для развития туристической отрасли региона [1]. Эта легенда последние годы обретает значительную популярность, ей в электронных СМИ посвящено огромное количество публикаций и даже журналистских расследований [2].

Кратко суть «Тисульской легенды» в следующем:

Полвека назад в Кемеровской области — в селе Ржавчик Тисульского района — в угольном пласту, на глубине 70 метров был найден древний саркофаг. В этом саркофаге, согласно легенде, лежала прекрасная молодая девушка европейской внешности.

В настоящее время общепризнанное значение для потребителей туристических услуг севера Кемеровской области – Кузбасса имеет Шестаковский культурно-исторический комплекс археологических и палеонтологических артефактов. В частности, здесь присутствует уникальное кладбище динозавров и других рептилий (платеозавр, дилофозавр, скутеллазавр, камаразавр, маменьчизавр, пситтакозавр сибирский) [3].

С другой стороны, нельзя игнорировать сложную логистику северных территорий, которая во многом девальвирует уже сформированные на сегодняшний день ценности турпродукта севера Кузбасса, особенно для зарубежных туристов.

В этих условиях мы предлагаем внести корректировку в маркетинговую составляющую развития северных территорий Кузбасса, сделав в ней акцент помимо действующих туристических дестинаций, также на брендинге мифов и легенд, обладающих существенным потенциалом когнитивной аттракции и способных привлечь определённые целевые аудитории состоятельных туристов, в том числе и из дальнего зарубежья.

Уточним, что под брендом мы понимаем образ, выделяющий и отличающий определенный товар, его производителя или продавца от конкурентов [4, С. 67-68].

Туристические бренды – это те достопримечательности, которые вызывают массовый интерес и способны стимулировать приток туристов. Среди них различают:

- бренды–регионы (обычно имеющие благоприятный климат, богатое культурное наследие и, желательно, выход к морю);
- бренды – природные объекты (озера, горы);
- бренды – произведения архитектуры;
- бренды – увлекательные туристические маршруты;
- бренды – события (например, праздник Купала);
- бренды – явления природы (например, места падения метеоритов);
- бренды – услуги (например, походная баня);
- бренды – напитки и дегустация (например, винодельни и пивоварни);
- бренды – легенды, к которым могут быть отнесены как реальные, так и вымышленные события и персонажи. Зачастую, в районы и места, описанные в данных легендах, веками совершаются массовые паломничества (например: хадж в Мекку и Медину, паломничество к горе Кайлас или в храмы Иерусалима).

На юге Кузбасса последние десять лет прочно утвердился бренд бигфута, снежного человека или йети [5]. И это не удивительно, поскольку сама ситуация постмодерна способствует самому невероятному симбиозу правды и фейка (даже появляется и завоёвывает всеобщее признание новый термин – «постправда») в информационном обществе с преобладанием гиперреальности, подменившей собой традиционные реальности модерна и премодерна [6, С.85].

Между тем, как показали проведённые нами фокус-группы, потенциал бренда «Тисульской легенды» значительно превосходит возможности уже сформированного в Кузбассе бренда «Йети».

Так, участниками фокус-групп было отмечено внешнее сходство образа мифического «Йети» с малосимпатичными человекообразными обезьянами – шимпанзе и гориллами. Тогда как «Тисульская легенда» вызывает у участников фокус-групп значительно более позитивные ассоциации с архетипическими образами уже закреплёнными в мировом культурном наследии: «Спящая красавица» – Шарль Перо (1696 г.); «Белоснежка и семь гномов» – Братьев Гримм (1812 г.); «Сказка о мёртвой царевне и семи богатырях» – А.С. Пушкин (1833 г.).

Процесс создания территориального бренда-легенды в условиях постмодерна может включать в себя:

1. разработку концепции бренда, т. е. в нашем случае – это создание образа туристической дестинации в глазах туриста;
2. анализ целевой аудитории бренда. Имеется в виду местная, регио-

нальная, федеральная и зарубежные аудитории с их детализацией по социально-демографическим и экономическим характеристикам, таким как: возраст, пол, образование, материальное положение, профессиональная принадлежность;

3. создание визуальных образов бренда «Тисульской легенды» (благо для этого есть все необходимые условия, включая наличие ныне заброшенных шахтных выработок);

4. разработку программы маркетингового продвижения бренда [7, С. 25-29].

В промоушене бренда «Йети» в своё время активно участвовал депутат ГД РФ 6-го и 7-го созывов Николай Валуев, который вследствие своей уникальной антропометрии, оказался весьма конгруэнтен рекламируемому им бренду.

Полагаем, что в продвижении бренда «Тисульской легенды», как и в известном кейсе с «Йети», значительную роль могут сыграть политики федерального уровня. Разумеется, это должны быть персоны сравнительно конгруэнтные рекламируемому бренду, т.е. молодые и симпатичные женщины – политики. Например, это могут быть Наталья Поклонская или Ольга Баталова, в том случае если будет принято решение выдвигать кого-то из них в ГД РФ от Кузбасского региона.

Мы провели экспертный SWOT-анализ сильных и слабых сторон реализации в региональной туриндустрии бренда-легенды о «Тисульской находке». К сильным её сторонам экспертами были отнесены:

1. наличие условий для развития лечебно-оздоровительной и спортивной среды;

2. возможности использования гостями историко-культурной среды;

3. благоприятная экологическая обстановка;

4. хорошие возможности для развития любительского рыболовства на озере Большой Берчикуль;

5. наличие свободной рабочей силы, которая может быть потенциально задействована в случае бурного роста туриндустрии;

6. наличие развитого агропромышленного комплекса, способного на обеспечить полноценное и экологически чистое питание для туристов;

7. имидж территории – как спокойного и экологически чистого места, идеально подходящего для качественного релакса.

Вместе с тем SWOT-анализ возможностей брендирования «Тисульской легенды» выявил и определённые слабые стороны проекта:

1. логистические риски, вызванные удаленностью от столицы Кузбасса и наиболее популярных туристических маршрутов;

2. проблемное состояние транспортной инфраструктуры региона, что ограничивает доступ туристов к данной туристско-рекреационной зоне;

3. угрозы нехватки существующих энергетических мощностей в случае бурного развития турпотока;

4. неудовлетворительное качество услуг инфраструктуры территориального сервиса.

Анализ показал, что реализация потенциала имеющихся возможностей при минимизации деструктивного эффекта слабых сторон проекта, вполне достижима при реализации сценарного подхода, в рамках привлечения государственных и частных инвестиций.

Инновационный сценарий предполагает диверсификацию туристского предложения на территории и разработку инновационных, конкурентоспособных туристских продуктов. В его рамках возможно активное позиционирование туристской привлекательности Тисульского района. На наш взгляд, при реализации данного сценария возрастёт значимость туризма в структуре экономики севера Кузбасса.

Несомненно, значимым процессом, сопутствующим развитию туристской отрасли на севере Кузбасса, станет выполнение актуальных задач социально-экономического развития, включая достижение стабильного экономического роста, стабильного развития инфраструктуры рынка туристских услуг, что в целом-то соответствует принятой региональной программе.

Основной акцент в алгоритме социального партнерства в развитии туризма следует сделать на максимальное использование социально значимых объектов культурного и природного наследия.

Совокупный эффект от реализации указанного сценария можно рассматривать как сочетание социально-экономического, имиджевого, бюджетного и экологического эффектов в развитии территории.

Имиджевый эффект предусматривает формирование образа Тисульского муниципального района как территории, благоприятной для развития туристской дестинации в системе внутреннего туризма.

Экономический эффект будет достигнут путем привлечения дополнительных инвестиций в сферу туризма при реализации механизмов государственно-частного партнерства и обеспечении экономически привлекательных условий для малого и среднего бизнеса.

Экологический эффект объясняется тем, что, в отличие от многих других отраслей экономики, туризм не приводит к истощению природных ресурсов. Поскольку туристическая отрасль в значительной степени ориентирована на использование возобновляемых ресурсов. Кроме того, нужно учесть, что развитие туризма имеет социализирующий эффект, поскольку прививает молодому поколению бережное отношение к природным ресурсам области и повышает экологическую культуру населения.

Таким образом, реализация стратегии социального партнерства власти, бизнеса, науки и культуры на основе проектного подхода позволит существенно повысить узнаваемость региональной туристской дестинации на российском рынке туристических услуг.

При этом необходимо учесть, что дальнейшее проектирование развития туризма в северных территориях Кемеровской области на основе устойчивого

использования историко-культурного и природного наследия территории Тисульского муниципального района возможно при кооперации усилий представителей малого и среднего бизнеса, региональных органов власти, научных организаций, органов местного самоуправления, заинтересованных представителей некоммерческого сектора.

Необходимо на всех уровнях взаимодействия институтов гражданского общества и государственных структур стремиться использовать интерес общества к легендам и мифам в целях оптимизации региональной туристической отрасли и содействия диверсификации форм и методов устойчивого экономического развития северных территорий Кемеровской области-Кузбасса.

Список использованных источников:

1. Как рождается легенда // Газета Кузбасс. – 2019. – 15 марта 2019. URL: <http://kuzbass85.ru/2019/03/15/kak-rozhdaetsya-legenda/> (дата обращения: 25.10.2020).

2. Тисульская принцесса: под грифом «Секретно». Андрей Малахов. Прямой эфир от 11.03.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DK7wcdPUQuk> (дата обращения: 25.10.2020).

3. Шестаковский археологический комплекс. URL: <https://russia.travel/objects/303435/> (дата обращения: 25.10.2020).

4. Матюк И. А. Брендинг территории. Необходимо ли разрабатывать бренд территории? // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2017. – № 3. – С. 67-68.

5. Йетимания. Как снежный человек превратился из легенды в символ Кузбасса. URL: <http://news.rambler.ru/28001406> (дата обращения: 25.10.2020).

6. Чирун С. Н. Молодёжная политика в ситуации постмодерна. Модели, механизмы, риски. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 524 с.

7. Родькин П. Е. Брендинг территории: к проблеме репрезентации и бренд-идентификации // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2018. – №4. Т. 12. – С. 25-29.

***ИФРОВИЗАЦИЯ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЯХ:
СОЦИАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ***

**ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ
В МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЯХ**

Бейдина Т. Е., д. полит. н., профессор
Кухарский А. Н., канд. полит. н.
Забайкальский государственный университет
beydina@inbox.ru

В современный период налицо кризис международных отношений, глобализации и усиление национальных трендов, в том числе в динамике развития международных связей. Борьба с терроризмом, эпидемия COVID-19, экологические проблемы не объединяют в глобальном ракурсе, а «распадаются» на национальные кварталы и становятся проблемами отдельных стран, а не всего международного сообщества.

В условиях пандемии коронавируса необходимо международное взаимодействие или развитие международного политического порядка на глобальном уровне. Глобальная безопасность требует предотвращения локальных конфликтов, решения вопросов Нагорного Карабаха, Белоруссии и в целом стран СНГ.

Политические проблемы международных отношений требуют объединения международных связей по линии глобализации-национализации, решение локальных конфликтов, в том числе по линиям зон нестабильности, которые активно формируются вокруг Российской Федерации. Важной проблемой является вопрос цифровизации и значимости средств массовой информации в освещении проблемы власти и международного сообщества.

Изменение конфигурации международного политического пространства, возникновение в условиях глобализации новых центров силы и политических акторов вызывают научный интерес к исследованию проблемы информационной безопасности международных отношений, их предпосылок и факторов обеспечения. Один из наиболее влиятельных мировых политических трендов современного периода – это взаимозависимость стран и народов. Это является внешней предпосылкой для развития информационной безопасности. Информационная безопасность сопровождается не только позитивными феноменами, но и появлением и усилением глобальных информационных угроз национальным интересам государств в политической и других сферах.

16 октября 2019 г. в Сочи на международном совещании руководителей спецслужб, органов безопасности и правоохранительных органов была обозначена серьезная проблема нежелания IT-компаний сотрудничать со спецслужбами. 21-23 октября 2019г. на Московском международном форуме ин-

новационного развития глава ФСБ А. В. Бортников подчеркнул, что за текущий год было двести информационных вмешательств в деятельность органов власти.

Поэтому в центре внимания ученых находятся проблемы, которые связаны с исследованием новых принципов и технологий информационного взаимодействия в политической сфере, а также выявление возможностей противостояния возникших угроз и обеспечения информационной безопасности на глобальном, региональном и национальном уровнях. Показ значимости внешнеполитических и внутриполитических составляющих информационной безопасности, в совокупности, составляет теоретический аспект актуальности проблемы международных отношений. Теоретическую и практическую актуальность имеет научное осмысление вопроса, ориентированное на определение понятия «информационная безопасность», которая одними исследователями трактуется как кибербезопасность (безопасность информационных сетей и систем); другими – как манипулирование информацией, пропаганда с помощью Интернета, информационное воздействие на сознание целевых групп различных международных стран. Информационная безопасность может оцениваться как составляющая национальной безопасности. Поэтому сравнительный анализ подходов, изучение целей и ключевых проблем обеспечения безопасности международных отношений представляется актуальным.

Актуализирует проблему необходимость подготовки специалистов по кибербезопасности, которых мало как во власти, так и в коммерческой среде. Например, в лаборатории «Касперского» существуют 134 вакансии на специалистов по кибербезопасности. 01 ноября 2019г. Минобрнауки объявили о том, что нужны учебно-научные центры по безопасности для информатизации государственных и муниципальных органов власти, а также для обеспечения «единого многомерного образовательного пространства» [1].

Формирование и становление информационной безопасности – комплексная проблема, в которой можно выделить правовой, административный, программно-технический и процедурный уровни. Исходя из данных уровней, существует необходимость развития методологических положений информационной безопасности международных отношений. Актуализация исследования рычагов управления информационной безопасностью в условиях интеграции информационных систем обусловлена тем, что данные проблемы рассматривают, прежде всего, с технических позиций.

Единственным политологом, рассматривающим информационную безопасность с позиции внешнего политического процесса, был доктор политических наук П. А. Махмадов [2]. С позиции внутреннего политического процесса информационная безопасность рассматривалась в Краснодаре [3], Ставрополе [4], а политологический анализ был осуществлен в Санкт-Петербурге [5]. Таким образом, как показывает степень научной разработанности проблемы, изучение информационной безопасности международных отношений проводилось недостаточно.

Цифровизация является характеристикой системы международных отношений, в том числе с точки зрения акторов информационной безопасности. Под акторами информационной безопасности мы имеем в виду, прежде всего, деятелей, реализующих информационную безопасность. Здесь мы акцентируем внимание на том, что информационная безопасность – это составляющая международных отношений ориентированная на защищенность органов власти от манипулирования информацией. Итоги выборов 2020 г. в Соединённых Штатах Америки, деятельность французского Президента Эммануэля Макрона по информационной войне против мусульман показывают недооценку информационных акторов, информационной безопасности в современных международных отношениях.

Кроме того, необходимо противопоставить массовой пропаганде террористов эффективное партнерское взаимодействие спецслужб и выработку конкретных мер по защите мирового информационного пространства от идеологии терроризма. Хакерские атаки, совершаемые террористами, могут привести к межгосударственным конфликтам. Международные террористические организации развивают собственные киберподразделения. Растет угроза внедрения террористами вредоносных программ на объекты критической инфраструктуры с целью провоцирования масштабных аварий. Возможность при этом подконтрольных террористам хакерских сообществ маскировать свои атаки под целенаправленные враждебные действия, совершаемые каким-либо государством, чревата возникновением реальных политических и военных конфликтов. Проблема осложняется распространением в интернете хакерских программ, адаптированных для непрофессиональных пользователей. При этом необходимо развивать информационную открытость для безопасного и достоверного доступа граждан ко всей информации, необходимой для всей системы международных отношений государственных и муниципальных органов власти.

На международном уровне необходимо создать новые механизмы партнерства, призванные выработать систему доверия в Интернете, гарантирующую конфиденциальность и личную безопасность пользователей, и исключаящую анонимность, безответственность пользователей и безнаказанность правонарушителей.

Следовательно, информационная безопасность характеризуется как позитивными факторами, так и возрастанием международных информационных угроз в экономической, военной и политической сферах жизнедеятельности государства, что ослабляет стабильность и сотрудничество стран на мировой арене.

Список использованных источников:

1. РИА новости. В Минобрнауки рассказали, для чего нужны центры по кибербезопасности. URL: <https://ria.ru/20191101/1560464194.html> (дата обращения: 12.11.2020).

2. Махмадов П. А. Информационная безопасность в системе политической коммуникации: состояние и приоритеты обеспечения (на материалах государств Центральной Азии): дис. ... д-ра полит. наук: 23.00.04. – Душанбе, 2018. – 323 с.

3. Чайка И. Г. Политические технологии обеспечения информационной безопасности региона: на примере Краснодарского края: дис. ... к-та полит. наук: 23.00.02. – Краснодар, 2010. – 210 с.

4. Проценко Е. В. Информационная безопасность политической коммуникации в современной России: дис. ... к-та полит. наук: 23.00.02. – Ставрополь, 2009. – 199 с.

5. Бородин А. С. Информационная безопасность в современной России: политологический анализ: дис. ... к-та полит. наук: 23.00.02. – Санкт-Петербург, 2009. – 211 с.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ В ПЕРИОД ВТОРОЙ АДМИНИСТРАЦИИ Б. ОБАМЫ

Зотова А. А., студент

Научный руководитель – Бельцер А. А., к. ист.н., доцент

Самарский национальный исследовательский университет имени ака-

демика С. П. Королева

zotovaalina2012@yandex.ru

Начиная с 2013 г. публичная дипломатия США претерпевает ряд изменений, что объясняется рядом причин. Решающим фактором стали ускоряющиеся темпы развития электронных коммуникаций (и сети Интернет, в частности), которые способствовали развитию феномена информационной войны и противоборства в цифровом пространстве. Будучи избранным на второй срок, Б. Обама не мог обойти стороной нарастающие тенденции: с этой точки зрения особый интерес представляет его политика в сфере цифровизации институтов публичной дипломатии (ПД), результаты которой прослеживаются и сегодня.

Одним из ключевых факторов стало то, что социальные сети сосредотачивали все большее количество людей и вследствие этого становились тем инструментом, благодаря которому решался исход политических событий. Одним из ярких примеров послужил случай предотвращения общественного конфликта в Венесуэле в конце 2012 г.: протесты, возникшие в результате отсутствия информации о состоянии здоровья президента Уго Чавеса, пошли на спад после его обращения в социальной сети «Twitter» [1].

В то же время, прогресс других стран в сфере информационной деятельности не стоял на месте. Так, в 2013 г. в правительстве США отметили, что 90 % информации на русском языке транслируется Москвой, что подразумевало наличие возможности влиять на русскоговорящее население и США должны были дать свой ответ [2]. В современных условиях администрация президента

сочла нерелевантной продвижение «притягательного» образа, а перспективы получения результата в будущем казались довольно туманными – обстановка требовала решительных мер.

Следующей причиной реформирования ПД, стали изменения среди состава сотрудников государственного аппарата. Новый госсекретарь Джон Керри сделал ставку на иную идею – идею стратегической коммуникации. Несмотря на то, что само понятие появилось еще в 2010 г. (в рамках доклада Белого Дома Конгрессу США), широкое применение она получила позднее [3]. В контексте американского правительства под стратегической коммуникацией понимались «усилия правительства США, направленные на понимание и вовлечение целевой аудитории с целью обеспечения благоприятных условий для продвижения американских интересов посредством использования скоординированных программ, планов и сообщений, и других средств, согласованных с администрацией» [4, С. 232].

Для осуществления перехода от преобладавшей ранее «мягкой силы» к «стратегической коммуникации» был создан новый отдел в Госдепартаменте – Центр стратегических антитеррористических коммуникаций, который в дальнейшем стал основным пулом публичной дипломатии (до слияния в 2016 г. с Центром глобального вовлечения). Его основная работа заключалась в быстрой реакции на антиамериканские кампании – по большей части исходившие от организаций и движений радикально-экстремистской направленности. Также в Совете национальной безопасности был учрежден пост заместителя советника по стратегической коммуникации, в полномочия которого входила координация деятельности разветвленной системы структур ПД (в том числе отделов Агентства международного развития, Белого дома, Госдепартамента, Пентагона, ЦРУ) [5, С. 127].

В 2014 г. в Конгрессе был выдвинут новый проект, согласно которому американская ПД подвергалась следующим изменениям:

1. расширение пропаганды с вовлечением радиостанции «Голос Америки»;
2. создание федерального Агентства США по международным коммуникациям (U. S. International Communications Agency);
3. распространение «стратегической коммуникации» на страны с недемократическими режимами;
4. создание сети под названием «Freedom News Network», консолидирующей каналы теле- и радиовещания.

Между тем, было пересмотрено отношение к информационной деятельности России. Для того, чтобы разрушить ее «монополию», была разработана стратегия влияния на страны постсоветского пространства. На радиостанциях «Голос Америки» и «Свободная Европа» было запущено 35 программ на русском языке, а к языкам вещания также добавились аварский, белорусский, казахский и др. Дополнительное финансирование также получили каналы, вещающие в Азербайджане, Армении, Грузии, Киргизии, Молдове и на Украине.

Выбрав в качестве целевой аудитории молодое поколение, значительные усилия структуры США бросили на вещание в сети Интернет. Так, на интернет-платформе радиостанции «Голос Америки» был создан канал «Настоящее время» (Current Time) с целью донесения американской интерпретации новостей. Между тем, Виктория Нуланд, глава отдела по странам Восточной Европы Госдепартамента, отметила необходимость ориентации новой публичной дипломатии на взаимодействие с журналистами и блоггерами. Так, было усилено сотрудничество с представителями неправительственных организаций и журналистами – для них были организованы мероприятия для «мобилизации политических активистов» постсоветского пространства, одним из которых стала встреча с госсекретарем Дж. Керри в Белграде [6].

Следующим направлением цифровизации публичной дипломатии Обамы стала кампания против терроризма. Члены группировки ИГИЛ повышали свою активность на просторах сети Интернет, в частности используя социальную сеть Twitter. Количество созданных ими аккаунтов в 2013 г. увеличилось в два раза (с 2380 до 4378); создаваемые публикации сопровождались многочисленными хештегами и лозунгами, позволяющими «привлекать» новых членов [7, С. 17]. В свою очередь, США запустили ответный хештег #ThinkAgainTurnAway, но несмотря на это, новости, распространяемые исламистами, обретали все более широкую аудиторию – противодействие было недостаточно эффективно.

В новой Стратегии национальной безопасности от 2015 г. борьба с ИГИЛ стала одним из ключевых моментов. Полагалось, что совместно с партнерами США будут осуществлять противодействие путем проведения кампаний, направленных на снижение роста вооруженного экстремизма (причинами которого являются бедность, неравенство и др.) [8]. В то же время стали создаваться «информационные станции» в странах Ближнего Востока, первая из которых была открыта в ОАЭ. Работа данных «станций» была направлена на нанесение точечных ударов в виде контрпропаганды в ответ на разворачивающуюся деятельность «Исламского государства».

Кульминацией стратегической коммуникации стал шаг, сделанный в 2016 г., когда произошло изменение закона о внешнеполитической информационной деятельности США от 1994 г. В изначальном варианте закон не предполагал согласование деятельности телевидения и радиовещания с внешнеполитическими целями страны, однако, согласно новому положению, этот пункт был пересмотрен. Так, Совет управляющих по вопросам вещания (сегодня известно как Агентство США по глобальным медиа) стал подчиняться задачам внешней политики: свобода в подаче информации была упразднена, на первый план выходили интересы Госдепартамента и Белого дома; вся информация, преподносимая Управлением по международному вещанию, должна была согласовываться с госсекретарем.

Завершающим этапом цифровизации ПД администрации Б. Обамы стало создание в 2016 г. Центра глобального вовлечения, основной сферой деятельности которого стала аккумуляция блоггеров и экспертов со всего мира. В ходе

«круглых столов», специалисты Google, Facebook и Twitter, пришли к выводу, что по вопросам противостояния террористам, эффективным будет лишь физическое уничтожение профайлов – так, в социальной сети Twitter было уничтожено около 125,000 аккаунтов, имеющих отношение к ИГИЛ. Давая оценку проделанной работе, заместитель госсекретаря по связям с международной и внутренней общественностью Р. Стенгел заявил, что информационные кампании США стали доминировать по сравнению с деятельностью исламистов в соотношении 6:1.

Таким образом, в ходе второй администрации Барака Обамы, была пересмотрена стратегия «мягкой силы» и частично отведена на второй план, ее место заняла «стратегическая коммуникация». Отличительной чертой этого периода стала цифровизация сферы публичной дипломатии как таковой. Это подтверждается тем, что на протяжении президентского срока Б. Обамы был применён метод диалоговой пропаганды, опиравшийся на процесс «вслушивания» (с помощью интернет-площадок), так как именно от его результатов зависело содержание исходящего от США сообщения. Новаторство подхода также проявилось в привлечении политических активистов и блоггеров к сотрудничеству в интернет-пространстве. В то же время, в отношении зарубежных стран произошло выделение приоритетных направлений: была развернута активная политика противодействия информационной деятельности РФ, а также заложены основы против пропаганды ИГИЛ в социальных сетях. Сегодня мы вправе утверждать, что феномен цифровизации институтов публичной дипломатии стал последовательным продолжением прогресса информационных технологий, который должны принимать во внимание правительства с целью проведения эффективной политики на международной арене.

Список использованных источников:

1. Виноградова Е. Роль стратегической коммуникации в международных отношениях. // Международная жизнь. – 2014. – № 6. – С. 111-129. URL: <https://interaffairs.ru/jauthor/material/1085> (дата обращения: 13.09.2020).

2. Цветкова Н. А. Наследие Президента Обамы в области публичной дипломатии США. Материалы выступления на специальной секции Фонда Горчакова и факультета международных отношений МГИМО МИД РФ в рамках РАМИ. 09.12.2016. URL: <http://gorchakovfund.ru/news/20161> (дата обращения: 13.09.2020).

3. Strategic Communications Report to Congress «National Framework for Strategic Communication», 16 March 2010, released 17 March 2010. White House, 2010.

4. Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms / Joint Publication 1-02. Washington D.C, 2010. P. 232. URL: https://fas.org/irp/doddir/dod/jp1_02.pdf. (дата обращения: 13.09.2020).

5. Цветкова Н. А. Публичная дипломатия США: от «мягкой силы» к стратегической коммуникации // Международные процессы. – 2015. – Т. 13. – № 3(42). – С. 121-133.

6. Цветкова Н. А. «Русский Мир» в публичной дипломатии США: направления на 2015 -2018 гг.// США и Канада: экономика, политика, культура. – 2016. – № 8. – С. 59-72.

7. Berger J., Morgan J. The ISIS Twitter Census. Defining and Describing the Population of ISIS Supporters on Twitter // The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World. Analysis Paper 20. March 2015. P.17.

8. National Security Strategy. Washington D.C.: The White House, February 2015. URL: <https://nssarchive.us/national-security-strategy-2015/> (дата обращения: 11.09.2020).

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ФАКТОР РАСПРОСТРАНЕНИЯ НЕОНАЦИЗМА

Гафурова З. А., магистрант

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор

Кемеровский государственный университет

rinahyde@gmail.com

С окончания Второй мировой войны и падения нацистского режима прошло больше семидесяти лет, однако сама идеология не уходит в прошлое и, даже наоборот, находит свой отклик в сознании общественных масс. Прогресс не стоит на месте, даже идеологии прошлого века претерпевают трансформации в угоду новому времени, новым потребностям человечества. В наши дни на почве межнациональных конфликтов (которые могут носить и глобальный характер) ряд идей нацизма все чаще вызывают симпатию у людей.

Формирование национал-социализма в Германии в начале прошлого века имело поступательный характер. Результаты Версальского договора вызвали недовольство у населения и кризис в стране стали катализаторами проникновения и распространения идей национал-социализма в обществе. Сначала пропаганда носила деликатный характер, но со временем становилась более агрессивной и требовательной. Идеологи брали ряд геополитических идей и адаптировали их под ситуацию. В общество проникали навязчивые идеи о превосходстве немецкого народа, который должен расширять свое жизненное пространство путем военных завоеваний самых благоприятных земель. Пропагандистские материалы наполнялись идеями пангерманизма, которые были очень распространены в рядах политической элиты Германии [1, С. 127].

Идеальное общество с точки зрения нацизма – это общество, которое уважает силу и не боится использовать её. Идеологи считали, что в обществе всегда будут помнить о войнах и осознавать, что есть власть. Стремления жить без войн аморальны, война пробуждает в людях благородство и является выражением мужского начала, а мир подталкивает человека к деградации [2, С. 236].

В целом идеологи и пропагандисты не нуждались в адекватно разработанной и структурированной теоретической базе. Нужна была навязчивая экспрессивная идея, которая сможет мобилизовать людей и подтолкнуть их к действию. Нацистские лидеры призывали общество одобрять военные действия ради процветания страны

Пропаганда была активной и работала превосходно – большая часть общества обрела идею о критической необходимости расширения жизненного пространства, поскольку имеющиеся территории у немецкого народа несравнимо малы для благополучного проживания и развития нации. Мощь и свобода нации измеряется в её умении захватывать другие народы и распространять свое превосходство на них.

Идеи захвата территории и достижения превосходства над другими нациями занимала едва ли не центральное место в идеологии. Позже стали развиваться идеи о неравенстве рас и разделении их на низшие и высшие. Идея принадлежности к арийской расе распространялась молниеносно, однако идеологи не могли объективно обосновать принадлежность немецкого народа к арийской расе.

Тщательно продуманная пропаганда способствовала точному проникновению идей в общественные массы, создав тоталитарное государство, возглавляемое обожествленным вождем с неограниченными полномочиями.

После краха идеологии в узких кругах сформировалась идея реваншизма. Течение сформировалось не как вызов миру и обвинение его в несправедливом отношении к немецкой нации, это, скорее, намерение в военном ответе на произошедшее поражение как попытка реабилитироваться и взять реванш. В теории, посредством проведенного реванша государство решит все имеющиеся проблемы, поскольку упадок уровня жизни и благополучия в Германии произошли лишь по причине военного поражения. Единственный выход – новый военный конфликт, который позволит стране вернуть былое величие и место на политической арене мира [3, С. 12].

Возвращение к истокам идеологии в наши дни можно объяснить тем, что в регионе Европы в настоящее время наблюдаемая ситуация в европейском регионе отчасти идентична событиям начала двадцатого века в том же регионе. Очевидно, что сейчас общество вряд ли стремится полностью перенять опыт нацизма с его одержимыми идеями о центризме вождя и господстве одной нации над другими. Сегодня идеология существует в рамках праворадикального лагеря как самое крайнее ответвление. Основными заимствованиями неонацизма у исторического нацизма можно считать национализм и антисемитизм. Сохранилась идея о необходимости объединения немецкого народа как представителей превосходящей нации.

Популярность неонацистских группировок только растет. Регулярно наблюдаются волны запретов праворадикальных сообществ и объединений. Особенной популярностью праворадикальные веяния пользуются у молодежных слоев населения. Долгое время существовал стереотип, что неонацизм

объединяет маргинальную необразованную молодежь с низким уровнем доходов. Однако, статистика показывает, что в наиболее агрессивных группировках состояли далеко не самые бедные представители молодежной среды. Молодые люди с устойчивым финансовым положением чувствовали свое превосходство и испытывали ненависть по отношению к мигрантам, инвалидам, маргиналам и т. д.

Многие исследователи смогли сделать вывод, что популяризация неонацизма среди молодежи – это не следствие принадлежности к нищим слоям населения, а сформированное специфическое молодежное течение. Это позволяет сделать вывод, что присоединению к неонацистскому лагерю способствуют не только экономические, а еще и культурные и психические факторы [4].

Так же на определенную часть общества негативное влияние оказывают происходящие события в мире. Бесконечный поток мигрантов, девиантное поведение «гостей», факт содержания мигрантов на деньги граждан-налогоплательщиков страны – это видится неонацистами как провокационная угроза благосостоянию и безопасности.

Среди прочих факторов, принято выделять новый – цифровизацию политической среды. Уровень технического развития планеты так же значительно ускоряет распространение любой идеологии и неонацизм не исключение. Приверженцам стало намного легче искать сторонников своих взглядов по всему миру, а так же общаться с ними стало намного проще. Так, одному человеку стоит только подумать о том, что ему близки или интересны подобные идеи и в следующую минуту он буквально может дотянуться рукой до последователей данного движения, учитывая, что сегодня они не сильно скрываются. Современный неонацизм несколько изменил своё лицо – это не «нацики» и не «фашики» нулевых годов, это образованные и успешные люди, это уже не просто слой маргиналов. Молодёжь подвержена влиянию образу успешного человека и раз он может быть носителем таких взглядов и при этом вызывать одобрение окружения, значит за ним можно идти. Кроме того, застенчатость и однообразность современных политических лидеров зачастую заставляет самую активную часть населения – молодежь – искать новые пути и новые выходы, становясь при этом жертвами популистов и радикалов, в том числе неонацистов. А особая роль при этом отдаётся интернету, где грамотный таргетинг и SMM способны оказать существенное подспорье в распространении подобных идей, а VPN-сервисы позволяют их идеологам оставаться в стороне.

По итогам выборов в Бундестаг, ультраправые в лице партии «Альтернатива для Германии» стали третьей по численности в парламенте. События показывают, что интерес к неонацизму не угасает. Однако, само движение все равно не занимает каких-либо авторитетных позиций в политической жизни страны. Большая часть общества Германии все-таки не принимает сторону национал-социализма в новом виде. Но нельзя преуменьшать влияние неонацизма и игнорировать его проявления. Без своевременного государственного

вмешательства любая группировка будет только укрепляться, оказывая влияние в первую очередь на молодежную среду.

Список использованных источников:

1. Пленков О. Ю. Третий Рейх. Социализм Гитлера. – СПб.: Нева, 2004. – 474 с.
2. Ширер У. Взлет и падение Третьего рейха / пер. О. А. Ржешевского. – М.: АСТ, 2015. – 1216 с.
3. Пустогаров В. В. Западногерманский реваншизм и международное право. – М.: Наука, 1986. – 109 с.
4. Алленов С. Г. Угроза правого экстремизма и опыт ее подавления в Федеративной республике Германия (1990-е гг.) // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. История. Политология. Социология. – 2008. – № 1. – С. 3-11.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПУБЛИЧНОЙ СФЕРЫ

Ионов А. С., магистрант

Научный руководитель – Максимов А. М., к. полит. н., доцент

Северный (Арктический) федеральный университет

имени М.В. Ломоносова

ionow.artem@gmail.com

Цифровизация политических отношений в своем нынешнем облике берет начало с включения акторов политики (государства и его институтов, партий, НКО и других структур публичного сектора) в число пользователей глобальной сети интернет – вначале, вероятно, в пассивном режиме (получение информации), позднее – в активном (разработка и запуск собственных сайтов, использование электронной почты). Последующий основной ход цифровизации социальной жизни базировался во многом на совершенствующихся компетенциях акторов в сфере интернет-технологий, дополненных на более поздних (рубеж 2010-х гг.) этапах технологиями массового проникновения мобильной связи. Политические лидеры, будучи вовлечёнными в политические процессы, происходящее в обществе, также подвержены влиянию цифровизации. Чтобы оставаться лидерами, чтобы быть актуальными и не потерять своих последователей, им необходимо в процессе коммуникации в условиях изменяющейся среды прибегать к новым средствам и способам осуществления коммуникации – к новым коммуникативным практикам.

Коммуникативные практики – это упорядоченные совокупности образцов рациональной деятельности, направленной на передачу и прием соци-

ально-значимой информации [1]. В последнее время в сфере интернет-коммуникаций политических лидеров под влиянием цифровизации публичной сферы наметились следующие тренды:

1) Политическая реклама становится всё более короткой, менее выраженной как самопиар, но при этом броской, привлекающей внимание. Последние избирательные кампании показывают, что лидеры и их окружение всё чаще используют такой инструмент социальных сетей как истории, активно применяется тик-ток, даже Д. Трамп опосредованно использовал его в своей избирательной кампании, хоть и выступал его ярким критиком.

2) Основной акцент делается не на политическую позицию лидера, не на его программу, а на формирование образа политического лидера, на создание в сознании акцептора ощущения, что это «наш парень», который также страдает, переживает и гневается, но при этом «гнет свою линию».

3) Зачастую применяется так называемый черный пиар, очернение оппонентов, при этом это делается не топорно, но так чтобы это было максимально доходчиво для аудитории, чтобы они зашли в комментарии и написали о том, что увидели, что разгадали загадку их лидера и поняли, что он имел в виду.

4) Реклама наполняется символами, культурными ценностями, информацией о личности лидера, о том, что он человек, мало сообщается о его политической позиции, больше о чаяниях его последователей и о том, что именно он эти желания знает и именно он их воплотит.

5) Активное SMM-продвижение политических компаний разного уровня, контекстная реклама, обилие псевдоновостных сюжетов о лидере и его действиях.

6) Обязательно наличие личного аккаунта в сети или мессенджере, что должно отражать существование политического лидера в одной среде со своими последователями. Идеальная ситуация, когда лидер не только сам что-то пишет или фотографирует, но и периодически отвечает в комментариях. Это должно поселить в сознании ведомых людей уверенность, что их лидер он здесь, совсем рядом, всего лишь несколько кликов по экрану смартфона и он меня услышит. Данная практика может быть чрезвычайно полезна в случае успешной реализации, когда у людей действительно есть ощущение присутствия лидера и при этом есть чувство уважения к нему, что позволит избежать негатива и использовать этот инструмент наиболее эффективно [2].

Важная особенность, которая влияет на то коммуникативные практики лидера состоит в том, что он способен лишь создать какое-то информационное сообщение и передать его в социум, однако интерпретация оногo – задача адресата. При этом от создания сообщения до его конечного декодирования получателем гигантское расстояние. Однако ещё до этапа декодирования послание рискует быть отклоненным, заблокированным, загруженным с ошибками или потерей качества, отмеченным как реклама или недостоверный контент. На этапе расшифровке может произойти искажение смысла, неверная интерпретация посылки или же будет обнаружена содержательная ошибка, незаме-

ченная отправителем. Именно поэтому создание информационного сообщения большой труд, политический лидер и его команда должны составить его именно таким образом, чтобы получить желаемый результат. Так президент США Д. Трамп сам ведёт свою страницу в социальной сети Twitter и, будучи известным шоуменом, зачастую пишет яркие, привлекающие внимание сообщения, которые имеют спорную интерпретацию или практически не имеют никакой смысловой нагрузки кроме требования обратить на это внимание, сейчас что-то случится и это долгое время успешно работает [3].

Как мы уже отмечали выше, создание веб-сайта политического лидера не в полной мере является коммуникативной практикой, и может вообще не стать частью коммуникации. Сама по себе трансляция в Интернет информации о себе и своих действиях недостаточна, если возвращаться к более традиционным способам, то это аналогично «сбрасыванию газет в кучу» [4]. Совсем другая ситуация будет, если эти газеты раздать, так и с сайтом политического лидера: его необходимо донести до аудитории. Для этого лидер может использовать свои социальные сети, электронную почту последователей для направления им сведений о своём сайте, а также использовать для этого средства массовой информации в сети. Однако спамить своим образом в сети тоже может оказаться для лидера проигрышным вариантом, потому что не все последователи могут оценить такое давление и регулярное вторжение в их личное пространство.

Особое внимание исследователи коммуникации уделяют теме лидерства в социальных медиа и SMM-продвижению [5]. Социальные сети – это место привлечения постоянного внимания, очень важного ресурса, определяющего важные, интересные блоги и страницы лидеров. По сути, вся публичная деятельность в сети направлена на привлечение этого ресурса. Чем больше его больше, тем легче его конвертировать в формальные лидерские полномочия. При этом особенность соцсетей для лидера – это низкий порог входа, то есть даже относительно неизвестный человек, продвигающий интересные идеи или выражающий позицию большинства, ещё не представленную в политике, способен стать известным, популярным и расширить границы своего лидерства, увеличив число последователей. Это очень удобный инструмент для начинающего лидера, использование соцсетей как канала коммуникации может позволить ему добиться своих целей без привлечения классических медиа. Формирование имиджа лидера в среде соцсетей даёт реальную возможность создать образ народного героя.

Таким образом, интернет вообще и социальные сети в частности, сегодня стали качественным инструментом политической коммуникации, которым вынуждены пользоваться современные политические лидеры и их команды, с целью коммуникации с социумом, передачи ему своих взглядов и политической позиции, а также саморекламы. Политические лидеры с развитием процессов информатизации не только не потеряли, но и приобрели новые возможности в сфере коммуникации. Теперь используя грамотный SMM, они

могут эффективно формировать свой имидж и добиваться значительной поддержки.

Список использованных источников:

1. Зотов В. В., Лысенко В. А. Коммуникативные практики как теоретический конструкт изучения общества // Теория и практика общественного развития. – 2010. – №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-praktiki-kak-teoreticheskiy-konstrukt-izucheniya-obschestva> (дата обращения: 9.11.2020).

2. Киселев А. Г., Киричѐк П. Н. Тренды политической коммуникации в контексте социальной модернизации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. – 2019. – Т. 19. – №. 2. – С. 332-336.

3. Быков И. А. Twitter как основной инструмент избирательной кампании Дональда Трампа // Российская школа связей с общественностью. – 2017. – №. 9. – С. 115-123.

4. Кабакова Е. А., Усков В. С. Веб-сайт научно-исследовательского учреждения: наполнение, посетители, развитие // Вопросы территориального развития. – 2014. – №3 (13). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/veb-sayt-nauchno-issledovatel'skogo-uchrezhdeniya-napolnenie-posetiteli-razvitie> (дата обращения: 9.11.2020).

5. Кудинов В. А., Иванов М. О. Smo, SMM, PR и брендинг в социальных сетях // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2012. – №1 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smo-smm-pr-i-brending-v-sotsialnyh-setyah> (дата обращения: 9.11.2020).

«МЯГКАЯ СИЛА» КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Миезис Е. Н., студент

Научный руководитель – Чирун С. Н., д. полит. н, доцент

Кемеровский государственный университет

mantis2005@yandex.ru

Термин «мягкая сила» (soft power) был использован впервые профессором из США Джозефом Наем младшим. В своих трудах Джозеф Най развивает подход, согласно которому «Soft power» – это мощь, основанная на привлекательности информационной и политической культуры, системы ценностей и открытой внешней политики, противопоставляется грубой силе, базирующейся на силе армии и национальной экономики [1, С. 7-9].

Теория Дж. Ная внесла существенный вклад в развитие теории международных отношений, но также имела существенную практическую направ-

ленность. По мнению Ная, именно симбиоз «жесткой» и «мягкой» силы позволил Штатам победить СССР в «холодной войне». Дж. Най считает необходимым использовать возможности «Smart power» в новых условиях.

Значительные сложности связаны с самой идеей «силы». Многие авторы обращались к изучению категории силы в международных отношениях, однако и сегодня не существует общепринятого ее определения.

Отметим, что термин «сила» в международных отношениях ассоциируется со школой политического реализма.

Известный политолог Р. Даль определял понятие «power» как возможность субъекта «А» добиться от субъекта «Б» поведения, которые то не осуществил бы без влияния на него со стороны «А». Данный подход разделяют многие учёные-международники, в их числе и Дж. Най. Поэтому применительно к международным отношениям «силу» следует рассматривать как ресурс государства, но также следует учитывать, что сила является не абсолютной, а относительной категорией [2, С. 273-297].

Д. Болдуин утверждает, что релятивистский подход в восприятии силы в международных отношениях вполне можно назвать «революцией» в исследовании данной темы. Д. Болдуин убеждён, что при анализе силы как отношения между политическими акторами, проблематично рассуждать о значении государства.

Следовательно, проблемным пунктом в интерпретации «силы» в мировой политике является анализ «силы» в качестве политического ресурса, либо в образе отношений между политическими акторами [3, С. 96-105].

Дж. Най в своем понимании «мягкой силы» исходит из возможности одного актора мировой политики повлиять на поведение другого. Он пишет о «привлекательности» как о взаимодействии совокупности акторов в процессе реализации технологий «мягкой силы». Однако в своих работах Дж. Най фокусируется прежде всего на государстве – инициаторе применения «мягкой силы» и не столь глубоко анализирует иных участников данного отношения.

У Дж. Ная преобладает интерпретация «силы» как имеющегося в наличии ресурса [4, С. 32-50]. Последователи и оппоненты теории «мягкой силы» задают вопросы относительно результативности применения этой концепции. Появились даже так называемые «рейтинги soft power». Их назначение – измерять и сравнивать «soft power» государств, определяя, какое из них мощнее по данному критерию, где на основе оценки внутреннего (качество жизни, безопасность) и внешнего (инвестиционная привлекательность, позиция на международной арене) ресурсного потенциала в реализации инструментов «мягкой силы», обозначены имеющиеся общемировые рейтинги государств.

В практическом, прикладном плане идеи Дж. Ная находят свое выражение в действиях и стратегиях государств, направленных на расширение применения «мягкой силы».

Специалистов-международников и экспертов государственных учреждений и ведомств все более интересуют работы, посвященные территориаль-

ному маркетингу и государственному брендингу. Авторы пишут о бизнес-отдаче от «имиджа страны» подобно добавленной стоимости, возникающей у товаров и услуг, производимых в стране, сумевшей сформировать мощный национальный бренд.

В этом случае отмечается созидательная природа образа страны и возможность создания, изменения и улучшения национального бренда: многочисленные консалтинговые агентства и сами творцы названных концепций предлагают лидерам и институтам по всему миру оптимизацию национальных брендов. Поскольку именно от «профессионального решения концепции информационной кампании, сопровождающей ребрендинг, зависит успешное позиционирование региона в медийном пространстве и формирование нового позитивного имиджа территории» [5, С. 36-40]. В тоже время, исследователи признают, что в технологиях совершенствования национального бренда необходимо ориентироваться на доминирующие в политической науке представления о государстве.

Кроме того, специалисты обращают внимание на корреляционную зависимость между государственным брендом и национальной идентичностью населения страны [6].

Однако «любые попытки выстраивания стратегии брендинга территории рушатся, если внешнеполитический курс ставит государство в условия оборонительной позиции и в целом влечет за собой негативный настрой со стороны мирового сообщества» [7, С. 288-297].

Регулярно публикующиеся международные рейтинги, в которых дается характеристика как «мягкую силу» государств, так и привлекательность национальных брендов, при этом многие показатели, используемые в этих рейтинговых замерах, на практике пересекаются. Государственные институты во всём мире прикладывают значительные усилия для улучшения образа страны за рубежом, что может быть связано как с использованием технологий «мягкой силы» и информационным развитием странового бренда.

Мягкая сила может быть рассмотрена как одна из эффективных мегатехнологий информационной войны. Для «мягкой силы» очень важна упомянутая Дж. Наем привлекательность, а в её развитии могут активно взаимодействовать как государственные, так и не государственные партнёры.

Использование данного понимания проблемного поля при исследовании «мягкой силы» позволяет избежать ряда концептуальных ограничений и снять дискуссионные вопросы.

В ситуации постмодерна негосударственные акторы уже играют как минимум не меньшую роль в развитии потенциала «мягкой силы». С другой стороны, узко концентрируясь лишь на формальных институтах, задействованных в осуществлении такой политики, мы оставляем без внимания многие практики неформальные институты данного взаимодействия.

Более оправдан подход, позволяющий рассматривать «мягкую силу» как совокупность процессов, имеющих разное значение: от личных инициатив по-

литических акторов и коммуникации на межгрупповом уровне, до государственных и даже наднациональных программ и стратегий; от национальных институций и технологий и до существенных с позиции приложения «мягкой силы» политических интересов, идей и ценностей.

В процессе анализа лидирующих позиций на международной арене, формируется обновлённая повестка для США и всей системы международных отношений [8, С. 125-128].

Анализ «мягкой силы» в качестве доступного варианта формирования больших политических пространств, даёт возможность иначе оценить наблюдающиеся трансформации международных отношений. Так, если раньше государства стремились расширить территорию с использованием военной силы, захватывая и подчиняя себе сопредельные территории, то в современной мировой политике данный подход является неэффективным.

Вместе с тем, сегодня мы наблюдаем использование в мировой политике новых форм и методов расширения национального влияния и борьбы за лидерство мягкими методами, что в целом отвечает характеристикам нового мирового порядка и позволяет опираться на информационные, культурно-образовательные и коммуникативные технологии. Последнее, конечно, не значит, что окончательно ушли в прошлое военные противоборства, связанные со столкновениями национальных армий в борьбе за территорию и ресурсы. Однако в процессе глобализации национальная территория государств не ограничивается лишь её физическими границами.

Список использованных источников:

1. Nye J. Smart power // *New Perspectives Quarterly*. – 2009. – Vol. 26. № 2. – P. 7-9.
2. Baldwin D. Power and International Relations // *Handbook of International Relations* / Eds.: Carlsnaes W., Risse T., Simmons B. A. – Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2013. – P. 273-297.
3. Юдин Н. А. Системное прочтение феномена мягкой силы. // *Международные процессы*. – 2015. – Т. 13. № 2. – С. 96-105.
4. Lock E. Soft power and Strategy: Developing a ‘Strategic’ Concept of Power. / *Soft power and US Foreign Policy Theoretical, Historical and Contemporary Perspectives*. – London: Routledge, 2010. – P. 32-50.
5. Василенко И. А. Особенности информационного сопровождения территориального брендинга: модели и технологии // *Власть*. – 2018. – Т. 26. № 1. – С. 36-40.
6. Dinnie K. *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. – New York: Routledge, 2015. – 306 p.
7. Каганович А. А. Сущностные характеристики и компоненты национального брендинга: формирование бренда современной России в условиях глобальной конкуренции // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*. – 2018. – № 20(2). – С. 288-297.

8. Кузнецов Н. Эволюция «мозговых центров» и их влияние на политику США // Мировая экономика и международные отношения. – 2018. – № 6. Т. 62. – С. 125-128.

АКТУАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ

Савельев С. В., магистрант

Научный руководитель – Чирун С. Н, д. полит. н, доцент

Кемеровский государственный университет

kportai@list.ru

Говоря о функционировании сферы геополитических взаимодействий в информационном обществе следует обратить внимание на обусловленные развитием технологий интернет-коммуникаций новые вызовы, касающиеся проблем информационной безопасности и прежде всего затрагивающие вопросы защиты от агрессивного информационного воздействия на политическое сознание населения.

Нужно отметить, что сетевые-взаимодействия позволяют использоваться системным ресурсам внешнего влияния и проявляться в воздействии на национальное политическое пространство. Кроме того, они способствуют формированию политических ценностей, символов, кодов и мифов, необходимых для инициатора информационного воздействия, что в итоге может влиять самым непосредственным и деструктивным образом на всю политическую систему государства в целом.

В связи с этим достижение гарантированных стандартов информационной безопасности является на сегодняшний день крайне важной проблемой современного политического менеджмента, реализуемого на уровне государственного управления и призванного обеспечить сохранение суверенитета и независимости национальные пространства политических коммуникаций.

Международная политическая реальность характеризуется наличием значительной активности многочисленных акторов мировой политики, связанных с попытками реализации собственных национальных, транснациональных и корпоративных интересов в сетевом пространстве.

С этой целью политическими субъектами технологически развитых государств Европы и Америки осуществляются интенсивные работы по разработке стратегий информационно-коммуникационной борьбы на зарубежной территории в условиях развития глобального информационно-коммуникационного пространства.

В последние годы осуществляется интенсивное развертывание сетевых площадок влияния на зарубежное население.

Сетевая информационная борьба становится одной из ключевых составляющих актуального политического процесса в условиях процесса глобализации.

В ходе информационной борьбы в интернете политические акторы используют для достижения своих целей обширный арсенал политических технологий информационно-коммуникационного воздействия, включающий в себя технологии управления общественным сознанием.

Ввиду этого проблема безопасности национальных сегментов интернет-пространства становится в мире постмодерна крайне актуальной.

Развитые страны активно формируют технологии осуществления информационной – сетевой войны, а также для осуществления информационно-коммуникационного воздействия на оппонентов.

Современное состояние европейской безопасности отличает волатильность и быстрое нарастание неопределенности, где в реальной жизни имеет место флуктуация доминирования то рациональной, то социальной составляющих.

Причём подчас противоречия возникают по таким аспектам, которые ранее не воспринимались как серьёзный вызов внутри европейской стабильности и целостности, единству в вопросах Евроинтеграции. Всё это заставляет современную Европу вновь задуматься о том, каким образом отвечать на возникающие угрозы, ей предстоит серьёзно пересмотреть приоритеты в их отражении.

Наиболее динамично технологии интернет-коммуникаций совершенствуются в оборонной сфере.

Например, в вооруженных силах США было создано подчиняющееся Стратегическому командованию Соединенных Штатов Объединенное кибернетическое командование, а также кибервойска CYBERFOR. Затем Министерство обороны США формирует интегрированную структуру, занимающуюся операциями в глобальной сети и обеспечивающую защиту сетевых ресурсов Пентагона. Кроме того, формируется объединенное командование сетевых боевых действий, главной целью которого указывается противодействие активности других национальных акторов в сетевом пространстве.

Кроме защиты своего национального информационного пространства, США интенсивно формируют инфраструктуру для ведения информационных войн в сетевом пространстве для получения тотального контроля общественным мнением на территориях других государств.

В частности, госдепартамент США реализует в сетевой проект Digital Outreach Team, задачами которого является воздействие на инструменты анализа общественно-политических дискуссий в социальных медиа, в том числе в социальных сетях и блогосфере, и последующем деконструировании их в новое пространство смыслов, ценностей и идей, необходимых для формирования заданных из вне моделей восприятия политических процессов [1, С. 111-120].

Также ЦРУ США сформировало Open Source Center для отслеживания национальных сегментов интернет-пространства на предмет выявления негативных реакций на американскую политику и оперативное реагирование в социальных сетях посредством распространения позитивной информации о Америке.

В ходе реализации проектов цифровой дипломатии применяется значительный комплекс мер по сетевому воздействию на политиков и население, в том числе сюда относятся подрывные образовательные проекты, направленные на подготовку радикальных сетевых активистов для перманентной оппозиционной сетевой деятельности, разработку современного программного обеспечения, позволяющего обходить защиту и блокировки запрещённых информационных ресурсов, а также обеспечивать защиту от национального контроля массива информации, которую оппозиция транслирует в социальные сети, формируя «возможности и риски рефлексивной включенности индивида в сетевые структуры, векторы трансформации традиционных политических институтов и генезис организационных гибридных форм под влиянием сетевых технологий» [2, С. 82-102].

Также к данному направлению можно отнести формирование в национальных сегментах интернет пространства сообществ сетевых активистов для осуществления политического давления на авторитарные и гибридные режимы государств-оппонентов, осуществление управляемых информационных потоков посредством социальных сетей, формирующих заданные из-за границы ценностно-смысловые алгоритмы восприятия политики и представления о национальной социально-политической реальности. Причем, в первую очередь, ориентированные на особенности восприятия молодёжной аудитории, обладающей достаточно позитивным социальным потенциалом и высокой пассионарной активностью.

Объединенным Центральным командованием США (Centcom) применяется особый программируемый информационный сегмент, возможности которого используются для реализации информационно-коммуникационного воздействия в сетевом пространстве и тиражирования политической пропаганды посредством социальных сетей и блогов.

На результативность сетевого информирования пользователей о проводимых акциях протеста в значительной мере оказывает влияние так называемая сетевая идентичность пользователей, в которой основным моментом сетевого анализа публичной политики является определение взаимосвязей между структурой сетевого взаимодействия и результатами выработки и принятия политико-управленческих решений.

В этом случае «коммуникация в форме онлайн-комментирования политического контента может обоснованно рассматриваться как один из способов политической мобилизации в контексте цифрового политического участия и устойчивая рамка коммуникации субъекта, обеспечивающая формирование новых ролей и новых социальных практик у участников онлайн-дискуссий о политике» [3, С. 115-129].

Сеть позволяет анализировать множественные контакты и взаимодействия пользователей, с целью побудить у него интерес политическому процессу и сформировать у него намерение присоединиться к политическим активистам. В этом случае, эффективность политических сетей необходимо отличать от эффективности политических институтов. Например, сетевой анализ показывает, что сети отличаются большей функциональной гибкостью, чем институты. Сети предполагают наличие дублирующих функций. Причем, дублируемый институциональный функционал может быть реализован как внешней, так и внутренней – внутри институциональной сетью.

Разведка США осуществляет анализ сетевых данных пользователей для оптимизации прогнозирования тенденций развития международных отношений.

Такие ресурсы, такие как, например: YouTube, Facebook, Google, Gmail используют метод идентификации cookie-файлов и персональных веб-маяков, отслеживающих интересы и индивидуальную сетевую активность пользователя. За счёт этого совершенствуются технологии принятия политических решений на основе массива имеющихся данных.

Последние годы наблюдается активный рост количества онлайн сервисов, дающих возможность гражданам осуществлять анонимную и безопасную социально-политическую коммуникацию друг с другом. Наиболее популярными из такого рода инструментов, являются сервисы анонимной работы в сетях.

Для политических акторов большую роль приобрели технологические возможности сетевой политической коммуникации, её потенциал в вопросах активизации потенциальных сторонников, что напрямую достигается через эффективные механизмы организации фандрайзинга, когда взаимодействия политических акторов создают систему, в которой эффект синергии формируется за счёт кооперации и конкуренции. Сетевые акторы интерпретируются с точки зрения взаимозависимости, а политические ресурсы акторов идентифицируются в процессе взаимодействия с другими политическими акторами.

Резюмируя все вышесказанное, следует сказать, что на сегодняшний день возможности политических технологий постоянно расширяются и совершенствуются. В ситуации постмодерна и тотальной медиатизации политических процессов, политические акторы стремятся к повышению собственной легитимности, используя при этом современные коммуникационные технологии, в которых сетевую политическую коммуникацию можно рассматривать фактором, способствующим развитию сетевого политического участия.

Отметим, что технологические особенности реализации сетевых коммуникаций создают значительные препятствия с точки зрения возможностей национального контроля за процессом реализации сетевых технологий в политическом процессе и способны осложнить осуществление правоприменительных мер по отношению к политическим радикалам.

С учетом широких возможностей по целеполаганию в социальных медиа, технологически возможно через искусственных псевдоличностей осуществлять в интернете информационные спецоперации и политические проекты.

В ситуации постмодерна, национальный суверенитет многих стран оказался под угрозой осуществления глобального информационно-коммуникационного воздействия. В период информационной войны в процессе вторжения используется уже обычная военная техника, а информационные технологии умной силы (smart power), направленные на разработку и внедрение в сознание населения государств-противников заданной извне картины политической реальности.

Эффективная трансляция контента, осуществляется посредством видеохостинга YouTube, социальных сетей, в первую очередь Facebook, поисковика Google, инструментов блоггинга и микроблоггинга (Twitter, Instagram, и др) – они являются удобными инструментами информационно-коммуникативного воздействия на общественное сознание государств-мишеней.

Поэтому наряду с Соединёнными Штатами и ЕС сегодня также и другие технологически развитые западные страны активно развивают свой технологический арсенал управления информационными процессами в сетевом пространстве. Причем, результативность такого рода «управления носит комплексный характер и зависит от форм и направлений его внедрения, а также качества существующих политических институтов» [4, С. 169-188].

Анализ международного опыта их деятельности демонстрирует, что использование указанных медийных сервисов при осуществлении информационных диверсий в национальных сегментах интернет-пространства осуществляется в универсальной стратегической модели.

Социальные сети могут активно использоваться как инструмент разрушения национального самосознания и государственной идеологии, через механизмы дискредитации ведущих политических акторов, представляющих национальную элиту, в следствие чего, политический режим утрачивает свою легитимность, что может обернуться серьёзным национальным конфликтом.

Постмодернистской особенностью сетевых структур является «ризомный», горизонтальный характер деятельности таких структур, что мешает институциональным государственным структурам результативно контролировать и управлять протестной сетевой активностью.

Если раньше субъектами идеологического и пропагандистского воздействия выступали вертикальные структуры государственной власти, контролирующие информационно-коммуникационную инфраструктуру, то в ситуации постмодерна в качестве акторов выступает большое количество диверсифицированных сетевых структур, способных направлять восприятие потребителей информационного продукта о общественно-политической системе на уровне реализации горизонтального взаимодействия.

Обладая достаточным доверительным интервалом, обусловленным атрибутом «независимости» источника информации, сетевые структуры обладают потенциалом результативного воздействия на структуры общественного сознания, а сетевая особенность технологии, позволяет добиваться вирусного эффекта при тиражировании данного рода контента, в связи с чем устоявшиеся алгоритмы блокирования деструктивной информации теряют свою эффективность.

В следствие этого формирование политических идей и концепций, в том числе альтернативных существующим и направленных на разрушение существующих политических режимов, сегодня уже выходит из-под государственного контроля в следствии разрушения государственной монополии на использование и применение возможностей массовой коммуникации.

Экстерриториальность как важная характеристика интернет пространства трансформирует сеть в эффективный инструмент диверсификации сложившейся ранее системы ценностей и моделирования инновационных взглядов на проблемы функционирования политических институтов и процессов для радикальных политических «сетевиков», характеризующихся высоким уровнем нонконформизма, при этом функционирование сетевых сообществ связано с двумя типами издержек: трансформационных и транзакционных. Сокращение трансформационных издержек характеризует экономическую эффективность, а транзакционных издержек – социально-политическую и достигается качеством институтов.

Реализация альтернативных и, зачастую, радикальных, моделей мировосприятия, трансформация национального культурного кода сопутствующей ему системы ценностей приводят к давлению на политическую систему, способствуя её модернизации.

Особое беспокойство данная ситуация приобретает в России, против которой в интернет-пространстве ведётся информационная война со стороны ряда зарубежных политических акторов. Усилия последних, направлены на перекодировку национально-цивилизационного сознания россиян и подрыв социально-политической стабильности с целью революционной смены политического режима.

Например, наиболее популярные в России сетевые ресурсы такие, как например поисковый сервис Google, социальные сети Facebook и Twitter, Instagram, Wikipedia, а также популярнейший в мире видео ресурс YouTube. Все они не являются российскими.

Что же касается функционирования российского интернет сегмента, то сегодня помимо чрезвычайно выраженного воздействия на него со стороны глобальных информационных игроков, наблюдаются также и другие существенные угрозы его безопасному существованию.

Так, в последние годы со стороны зарубежных кампаний и фондов осуществляется активное инвестирование капиталов в самые успешные и при-

быльные российские информационные ресурсы, в результате чего значительное число составляющих информационную инфраструктуру Рунета медийных площадок имеет существенную долю иностранного капитала.

Так, например, формально «российским» поисковым сервисом Яндекс, владеет зарегистрированная в Нидерландах компания Yandex N.V., поскольку именно её принадлежит 100 % уставного капитала ООО «Яндекс».

Зарубежные компании сегодня последовательно скупают мощные региональные и местные порталы: в Екатеринбурге, Тюмени, Улан-Удэ, Новосибирске, Красноярске, Омске, Томске, Новокузнецке, Иркутске и в других российских регионах для формирования в Рунете сетевого ландшафта, который при необходимости можно будет применить для реализации зарубежного влияния на народы России. Так, например, 51 % акций компании Интер Медиа Групп Урал принадлежит компании, дислоцирующейся во Франции, а собственники её проживают в США.

Указанная ситуация приобретает дополнительную актуальность пропорционально росту доверия россиян к Интернету как ведущему каналу приобщения к социально-политической информации.

Анализ современной политической практики ставит специалистов в сфере информационной безопасности, а также сотрудников силовых структур перед необходимостью признания значительных угроз для российской власти, проистекающих из информационно-коммуникационного пространства, в котором формируется запрос на организационно-функциональную структуру перспективной сетевой синтетической системы обеспечения национальной безопасности РФ, гармонично сочетающую в себе упомянутые принципы управления в изменяющихся условиях глобализирующегося мира.

Министерство обороны Российской Федерации с 2012 г. начало активно заниматься информационными технологиями. При Департаменте новых вызовов и угроз МИД функционирует структура, в компетенцию которой вошли угрозы международной информационной безопасности.

Реализуются технологии сбора статистики и анализа эффективности распространения информации, а также анализ пригодности наиболее популярных сервисов социальных сетей.

Таким образом, становится очевидно, что российские военные структуры активно реализуют намерения противодействовать угрозам извне.

Однако, эффективная конкуренция в условиях современного глобального информационного пространства, а также меры по результативному противостоянию существующим угрозам со стороны политических оппонентов в информационно-сетевой борьбе, не смогут принести результат без научно обоснованной систематической работы в информационном пространстве и создании эффективного арсенала онлайн-технологий.

В связи с этим наибольший интерес приобретает потребность в разработке адекватной и эффективной государственной информационной политики, способной результативно отвечать новым вызовам и угрозам, сложившимся в глобальном коммуникационном пространстве, когда большинство

политических акторов в России и за рубежом уже приобрели значительный опыт и определённые навыки в использовании сетевых политических ресурсов. При этом, одни акторы используют социальные медиа лишь в целях трансляции публичных позиций и решений, другие же стремятся к более серьёзному использованию инструментов сетевой политики.

В условиях геополитического сетевого противоборства необходима разработка эффективной стратегической доктрины по достижению устойчивости функционирования российского сегмента интернет-пространства, с использованием превентивных мер по противодействию зарубежной информационной агрессии.

Интернет как технотронное поле сетевых коммуникаций, по нашему мнению, может эффективно влиять внутривнутриполитическую обстановку в России, задавая направления управляемой извне трансформации существующего политического режима. Данная ситуация создает условия и порождает необходимость формирования организационных структур для противодействия усилиям внешних политических оппонентов в ситуации информационной войны.

Список использованных источников:

1. Лапина Н. Политика и журналисты в эпоху коммуникационной революции // Мировая экономика и международные отношения. – 2017. – № 9. Т. 61. – С. 111-120.

2. Мирошниченко И. В., Морозова Е. В. Сетевая публичная политика: контуры предметного поля // Полис. Политические исследования. – 2017. – № 2. – С. 82-102.

3. Радина Н. К. Цифровая политическая мобилизация онлайн-комментаторов материалов СМИ о политике и международных отношениях // Полис. Политические исследования. – 2018. – № 2. – С. 115-129.

4. Габуев С. В. Эффективность политического управления в контексте внедрения «электронного правительства» // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2018. – № 24(3). – С. 169-188.

ИЗМЕНЕНИЕ ПОВЕСТКИ ДНЯ МИРОВЫХ ДЕРЖАВ В ЦИФРОВЫХ СМИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ПРИМЕРЕ АНАЛИЗА ВВС

Степанова Я. В., Николаев Е. В., студенты
Научный руководитель – Черненко Е. И., к. ист. н., доцент
Петрозаводский государственный университет
aisaka.taiga5@mail.ru

В 2020 году пандемия коронавируса стала серьезным испытанием для всего мира, каждый день тысячи людей следили за распространением вируса

по новостям. Сводка актуальных новостей именуется «повесткой дня», которая характеризуется как информация, которую СМИ преподносят аудитории как «более значимую» [1]. Теоретиком данной концепции стал У. Липпман, который отмечал, что именно СМИ создают информационное пространство вокруг индивида, при этом не оказывая на него прямого влияния [2]. Теория У. Липпмана была доказана М. МакКомбсом и Д. Шоу, которые провели эмпирическое исследование и убедились, что СМИ создают в сознании индивидов определенные рамки [3]. На данный момент особое влияние на сознание и повестку дня оказывают международные медиагиганты, такие как ВВС.

Новостная служба ВВС World News в 2019 году достигла нового максимума в 426 млн. аудитории по всему миру. Согласно данным за 2019 год, все больше людей выбирают ее как основной источник новостей, поэтому для анализа публикаций был выбран данный медиаресурс. Для демонстрации влияния пандемии на повестку дня были проанализированы публикации ВВС о 4 мировых державах за период с 20 февраля по 25 мая 2020 года.

Цель работы – показать влияние COVID-19 на формирование повестки дня США, Великобритании, России и Китая в медиаресурсе ВВС.

В качестве основных методов исследования использовались контент-анализ, сравнительный и количественный анализ для сопоставления данных 4 государств, а также индукция для выведения из частных публикаций общих закономерностей.

Россия

Количество новостей о РФ почти в половину меньше, чем о Китае, всего 76. За 4 месяца 34 новости (44 %) о России имеют негативную оценку и лишь 2 положительную. Безусловно, 40 новостей (54 %) имеют нейтральный характер по следующим темам: коронавирус, отношения с другими странами, внутренние события в РФ, экономика.

Главной темой остается пандемия, ей посвящены 52 публикации. В феврале, когда эпидемия еще не дошла до РФ, новостей о ней было мало. С ростом числа зараженных увеличивалось и количество новостей. Если в начале новости о вирусе имели нейтральный характер, то примерно с апреля 2020 года они, минуя «положительный» акцент, как было в Китае, сразу переместились на полюс критики. В основном, подвергались критике меры президента по борьбе с вирусом, нарушение прав человека, вмешательство РФ в выборы сначала США, а потом и Великобритании. В конце апреля фокус переместился на Чехию, где РФ «планировала» отравление мэра, а также на голосование о поправках в Конституцию. Таким образом, можно сделать вывод о том, что большая часть критических новостей о России представляли собой критику не столько страны, сколько осуждение В. Путина, часто новости содержали именно фамилию президента вместо названия страны.

Еще одной темой, за которой наблюдали журналисты ВВС, был парад победы. Известие о том, что в РФ он отменен, было оценено практически положительно, особенно в новостях про контраст с Белоруссией, где парад все

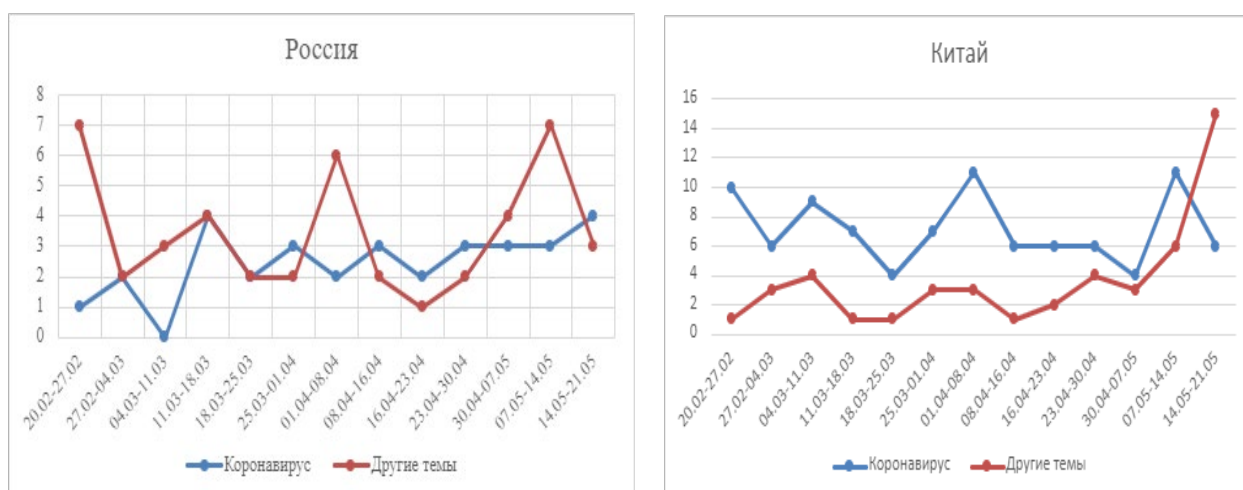
же провели. В связи с распространением пандемии в РФ и невысоких оценках смертности, было много публикаций, в которых РФ обвиняли в представлении недостоверных данных о вирусе. Примечательно то, что новости об экономике, а именно о срыве сделки с ОПЕК, были описаны нейтрально, без обвинений какой-либо стороны.

Таким образом, о России за 4 месяца было большое количество критических публикаций, в особенности о президенте и его политике, но в целом нейтральных статей больше. Пандемия затронула РФ позже других стран, поэтому данные на рисунке 1 демонстрируют, что кривая новостей о вирусе начинает расти в марте, когда количество заболевших увеличилось. Далее наблюдаются скачки и смена повестки дня на несколько недель, что в итоге приводит к практически одинаковому количеству новостей о вирусе и других темах, а коронавирус теряет информационное первенство.

Китай

В период с 20 февраля по 25 мая 2020 года было 137 публикаций о Китае. Основная тема новостей о Китае – коронавирус (рис. 1). Примечательно, что сначала статьи содержали только нейтральные факты и численные показатели эпидемии. Затем, когда Китай находился в процессе «выздоровления», новости приобрели даже позитивный характер, была информация о мерах противодействия вирусу. С начала апреля риторика в отношении Китая изменилась с поддержки на недоверие других стран. С середины апреля тематика «недоверия», в особенности европейских стран, стала главной темой критики Китая. ЕС утверждал, что Китай скрывал факты эпидемии. Таким образом, мы можем видеть «кривую новостей» о вирусе: с нейтрального к положительному, а после отрицательному значению.

Рисунок 1. Данные по России и Китаю



С новостями об экономике, которые часто шли вместе с вирусом, наблюдался противоположный процесс: сначала экономика шла на спад, но с началом «выздоровления» Китая начала вставать на ноги и экономика, новости

приобрели положительный характер и посвящены были восстановлению.

36 критических публикаций, составляющих 26 % от суммы, связаны не только с подозрениями стран, но и с постоянной темой критики Китая из-за нарушений прав человека; основным объектом критики являлась партия. Продолжая анализ новостей о Китае, стоит заметить, что часто освещалась тема отношений Китая и США преимущественно в негативном ключе. Но важно то, что в статьях шла критика скорее США (в частности Трампа), чем Китая. В роли ответчика или жертвы выступал Китай.

В целом, за 4 месяца было 96 (70 %) нейтральных и 5 (4 %) положительно оценивающих Китай новостей. Важно заметить, что 108 из 137 публикаций были посвящены коронавирусу и его влиянию. На графике видно, что кривая новостей о вирусе начинает падать с 30.04, а на неделе с 14 по 21.05 динамика новостей полностью меняется: новости о COVID-19 уходят на второй план, происходит смена главной повестки дня.

Соединённые Штаты Америки

США находятся на втором месте среди стран по количеству новостей за выбранный период. Это объясняется тем, что Соединённые Штаты играют важную роль в современном мире и могут оказывать сильное влияние на формирование новых тенденций. Преобладали новости с нейтральной окраской (почти 90 %), на втором месте были новости с негативным оттенком (чуть больше 10 %) и на последнем положительные новости (меньше 2 %).

Основной темой для обсуждения был коронавирус, которому посвящено порядка трёхсот статей (72 %). В них описывалось то, какие действия предпринимались Соединёнными Штатами в разные периоды пандемии, а также к чему они привели. Практически с первой недели анализа можно было наблюдать появление заголовков о распространении вируса по всему миру; с каждой неделей возникали всё новые и новые вопросы по этой теме: что делать Соединённым Штатам, как предотвратить массовое заражение, как люди живут на карантине, скоро ли появится лекарство и когда все страхи останутся позади, как власти помогают горожанам, какие сферы жизнедеятельности пострадали больше всего и так далее. Несмотря на то, что большая часть новостей по этой теме имела нейтральный характер, можно отметить, что помимо этого были как положительные комментарии (правильное перераспределение бюджета, поддержка населения в трудные времена), так и критические (осуждение Трампа за его неправильное видение проблемы, недовольство американцев).

Помимо COVID-19, в статьях о США были отмечены и другие темы: внешняя политика страны (переговоры с другими странами, конфликты интересов, возможное налаживание отношений), внутренняя политика (миграционная политика Трампа, слабости и уязвимые стороны государства, экономические вопросы), правовая сфера (нарушение карантина, убийства, воровство, суды над преступниками), выборы в президенты (предвыборные кампании,

действия кандидатов, отношение населения к ним), общество (протесты людей, отношение к нынешней обстановке в стране, судьбы отдельных личностей), природа (наводнения в отдельных штатах, пчёлы-убийцы, изменение климата и др.), космос (запланированная миссия с экипажем от NASA, информация о НЛО), спорт (судьба спортивных мероприятий в период карантина, дальнейшее развитие сферы).

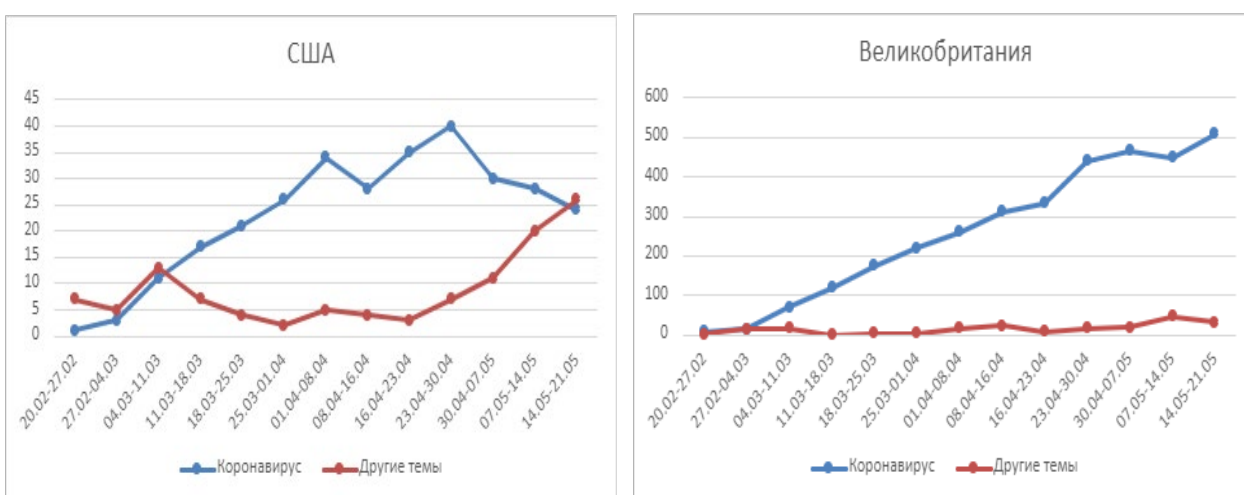
Объём проанализированных статей позволяет сделать вывод, что в BBC в целом даётся нейтральная оценка действий Соединённых Штатов, но также время от времени публикуются статьи с критической оценкой, которые описывают либо криминальную сторону жизни американцев, либо негативное отношение к президенту Дональду Трампу. Также благодаря графику (рис. 2) можно увидеть, что с каждой неделей количество статей про COVID-19 увеличивалось, но с конца апреля тенденция изменилась и данному вопросу в СМИ стали уделять меньше внимания.

Великобритания

За 13 недель было проанализировано более 3500 статей, посвящённых Великобритании. Это объясняется тем, что BBC является Британской компанией, поэтому там и публикуются новости про обстановку в данной стране.

Иногда статьи публиковались каждые 3-5 минут, предоставляя читателю постоянные обновления по важным вопросам, которые также могут интересовать не только британцев, но и людей по всему миру. Данные, представленные на графике (рис. 2), свидетельствуют о том, что за указанный период практически всё внимание уделялось пандемии COVID-19 и лишь малая доля статей позволяла читателю узнать о чём-то ещё.

Рисунок 2. Данные по США и Великобритании



Более 90 % всех новостей посвящены коронавирусу. Если наблюдать за тем, как еженедельно менялась повестка дня, можно отметить, что из недели в неделю количество статей о COVID-19 увеличивалось и продолжало расти,

частично изменялись только рассматриваемые вопросы. В первые недели постоянно публиковались статьи с данными по заражению и смертности, было много статей о происхождении вируса, его воздействии на людей и мир в целом, опасения жителей Великобритании и врачей, выступления уполномоченных лиц по вопросам вируса и так далее. В дальнейшем содержание новостей начало немного меняться, стали появляться и другие темы, связанные с коронавирусом: жизнь на карантине, закрытие школ и магазинов, правила пользования масками, рекомендации от врачей, информация о строительстве новых больниц и другие. Ближе к лету основой для риторик служили разговоры о дальнейшем снятии карантина и послаблении мер, а также влиянии пандемии на экономический сектор страны.

Отдельного внимания заслуживает тот факт, что примерно 20 % всех статей, рассказывающих о пандемии коронавируса, имели положительный оттенок – в них рассказывалось, как обычные люди и власти оказывали поддержку нуждающимся и медработникам. Здесь можно выделить две подкатегории. Первая – помощь именно медицинским работникам, которые находились в больницах и спасали жизни людей: финансовые пожертвования, бесплатная еда и её доставка, создание домашних масок и других полезных подручных средств, помощь от студентов-медиков и разных волонтеров, слова благодарности и повсеместные рисунки эмблемы NHS (национальная служба здравоохранения), цветы и другие подарки для работников и так далее. Вторая – поддержка самого населения, которое столкнулось с трудностями на карантине: песни и небольшие импровизированные музыкальные концерты, подарки для детей и стариков, также раздача еды, различные конкурсы рисунков и поделок по всей стране и многое другое. Такой большой объём положительных статей показывает боевой настрой британцев и их сплочённость.

Несмотря на то, что COVID-19 всегда был на повестке дня, в BBC были затронуты и другие важные для страны темы. Много внимания уделялось Брекзиту (переговоры с ЕС, дальнейшее сотрудничество, положительные и негативные результаты диалога), описывались отдельные аспекты британского общества (празднование пасхи и Дня победы, местные выборы), определённое количество статей было посвящено правовой сфере (судебные разбирательства, нарушения закона), в последние недели многие статьи освещали тему спорта (судьба английских футбольных клубов, снятие ограничений на гольф, строительство велодорожек), также описывались жизни медийных личностей во время карантина и их вклад в борьбу с пандемией, обсуждался и вопрос, связанный с мигрантами (как им живётся в стране на карантине, как люди из Европы «бегут» в Великобританию), немного затрагивалась и внешняя политика страны (обсуждение мировых проблем, военная поддержка в Мали, отношения с США и Китаем) и помимо всего прочего описывалась тема природы (наводнения, вопросы экологии, судьбы диких животных).

Был рассмотрен огромный объём статей и по результатам анализа можно сделать вывод, что в Великобритании большая часть новостей препод-

носится в нейтральном характере и рассказывает о нынешнем положении вещей в контексте пандемии коронавируса, и примерно одна шестая часть новостей демонстрирует благие намерения населения в столь сложный час, их взаимовыручку и поддержку.

Таким образом, по результатам проделанного анализа можно сделать следующие общие выводы. COVID-19 стал неотъемлемой частью новостной повестки для каждой из выбранных стран в период с 21 февраля по 25 мая 2020 года и остаётся таковой и сейчас. На графиках можно видеть, что в BBC по каждой стране преобладающее число статей было посвящено именно коронавирусу и его влиянию на все сферы жизни людей по всему миру. Другие темы также оставались актуальными, а в отдельных странах (США, Китай) и вовсе смогли под конец анализируемого промежутка вырваться вперёд. COVID-19 повлиял на каждое государство по-разному, но можно с уверенностью заявить, что медиапространство всех стран было подвержено влиянию вируса и повестка дня практически всегда формировалась исключительно под влиянием пандемии.

Список использованных источников:

1. Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т. В. Барчуновой. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – С. 23-29.

2. Федорова Е. Д. Теория установления повестки дня // Гуманитарные научные исследования. – 2017. – № 5. URL: <http://human.snauka.ru/2017/05/23985> (дата обращения: 15.10.2020).

3. Maxwell McCombs, Natalie J. Stroud. Psychology of Agenda-Setting Effects. Mapping the Paths of Information Processing // Review of Communication Research. – 2014. – Т. 2. Вып. 1. – С. 68–93.

4. Gerald M. Kosicki. Problems and Opportunities in Agenda-Setting Research // Journal of Communication. – 1993. – Vol. 43. – P. 100-127.

5. BBC. URL: <https://www.bbc.co.uk/news> (дата обращения: 15.10.2020).

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОДДЕРЖАНИЯ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ГОРОДАМИ-ПОБРАТИМАМИ ГОРОДА ПЕРМИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Чернова А. В., студент

Научный руководитель – Фадеева Л. А., д. полит. н., профессор

Пермский государственный национальный

исследовательский университет

ana8nas@rambler.ru

Амневиль-ле-Терм (Франция), Луисвилль (США), Оксфорд (Великобритания), Циндао (Китай), Дуйсбург (Германия) и Агридженто (Италия) явля-

ются городами-побратимами Перми. Декларации о побратимстве с этими городами были подписаны в 1992, 1994, 1995, 2006, 2007 и 2012 соответственно [1]. Приоритетными направлениями сотрудничества с данными городами являются экономика, наука и культура [2].

Одним из основных методов реализации муниципальной политики в области международных связей, согласно Декларациям, является расширение контактов в различных сферах общественной жизни. Города обменивались делегациями, осуществляли совместные проекты [3].

Однако с наступлением пандемии COVID-19 число возможных каналов взаимодействия существенно уменьшилось. Кроме того, поддержание международных связей перестало быть приоритетом для муниципальных властей: ресурсы должны были быть направлены на решение проблем внутренних сфер (таких как здравоохранение и экономика).

Тем не менее, цифровизация сделала возможным поддержание внешних контактов, использование современных технологий позволило перевести международное взаимодействие в цифровой формат, сохранить и укрепить связи с городами-побратимами.

Для подтверждения данного тезиса обратимся к международным мероприятиям, которые проводились в период с 15 февраля по 31 декабря 2019 года (I период) и с 1 января по 15 ноября 2020 года (II период). Выборка данных временных отрезков обусловлена тем, что авторы определяют январь 2020 месяцем начала распространения коронавируса. Количество дней во временных отрезках равное.

Известно о 16 мероприятиях, проводившихся в I период [4, 5]. Из них только одно было проведено дистанционно – электронная фотовыставка «Трамваи на улицах Перми и Дуйсбурга в черно-белом цвете» – совместный проект архивов данных городов-побратимов [6]. Большая часть мероприятий представляли собой культурный обмен: Луисвилль принял делегацию из Перми, Пермь – из Циндао и Оксфорда. В Агридженто был проведен ежегодный фестиваль «Неделя России на Сицилии», на котором выступали творческие коллективы Пермского края [7]. Специалисты из США, Великобритании и Германии были спикерами на таком мероприятии, как Пермский краевой общественный форум, где поделились опытом работы своих органов территориального общественного самоуправления. Доцент университета Луисвилла Майкл Лосавио в рамках «VII летней школы по правам человека» провел лекцию на тему «Права человека в цифровую эпоху» [8].

Во II период проводилось как минимум 13 мероприятий, направленных на укрепление связей между городами-побратимами [9, 10]. Из них только два проводились очно – встреча редакторов пермской газеты Business Class и британских газет The Oxford Times и Oxford Mail с целью развития медиасотрудничества в феврале [9] и выступление пермского ансамбля на фестивале народной музыки «EthnoEngland» [3] в Оксфорде в ноябре 2020 года. Формат остальных мероприятий – дистанционный. Интересно отметить, что почти все они проводились в рамках побратимских отношений Перми и Оксфорда

(кроме совместной работы архивов Перми и Дуйсбурга над выпуском фотоальбома «Город на реке в XX веке») [11]. Повышение интереса к сотрудничеству этих двух городов связано прежде всего с 25-летием со дня заключения Декларации о побратимстве [1].

С переходом многих сфер общественной жизни на удаленный режим появились новые формы взаимодействия городов-побратимов: конкурсы творческих работ и онлайн-фестивали, которые в 2020 году стали преобладающими формами культурного взаимодействия городов-побратимов [3], не были распространены в допандемийную эпоху. Авторы предполагают, что с завершением пандемии цифровые каналы взаимодействия будут превалировать, учитывая современные тенденции к цифровизации дипломатии [12].

Тем не менее, связи Перми и городов-побратимов (исключая Оксфорд) оказались недостаточно прочными для продолжения сотрудничества во время пандемии коронавирусной инфекции.

Список использованных источников:

1. Города-побратимы Перми. Официальный сайт муниципального образования город Пермь. 2019. URL: https://www.gorodperm.ru/about/Brothers_Twin_Cities/ (дата обращения: 10.11.2020).

2. Международные связи. Аппарат Правительства Пермского края. 2016. URL: http://appk.permkrai.ru/deyatelnost/mezhdunarodnye-i-vneshneekonomicheskie-svyazi/international_relations/ (дата обращения: 09.11.2020).

3. Города-побратимы Перми. ВКонтакте. 2019. URL: <https://vk.com/club176226409> (дата обращения: 10.11.2020).

4. «Побратимы» // Информационный вестник. – 2019. – Вып. 2. – С. 1-8.

5. «Побратимы» // Информационный вестник. – 2019. – Вып. 3. – С. 1-8.

6. Трамваи на улицах Перми и Дуйсбурга в черно-белом цвете. Архив города Перми, Архив города Дуйсбурга. 2019. [URL: <https://www.permarchive.ru/tram/> (дата обращения: 10.11.2020).

7. В Агридженто проходит «Неделя России». Люди. Города. Стремления. 2020. URL: <http://permcitybro.com/ru/2019/07/09/v-agridzhento-prohodit-nedelja-rossii/> (дата обращения: 14.11.2020).

8. О школе. VII Летняя школа по правам человека. 2019. URL: <http://humanrightsperm.psu.ru/> (дата обращения: 13.11.2020).

9. «Побратимы» // Информационный вестник. – 2020. – Вып. 1. – С. 1-8.

10. «Побратимы» // Информационный вестник. – 2020. – Вып. 2. – С. 1-8.

11. Архив приглашает на презентацию фотоальбома «Пермь – Дуйсбург: Город на реке в XX веке». Государственный архив Пермского края. 2005. URL: <http://www.archive.perm.ru/about/news/arkhiv-priglashaet-na-prezentatsiyu-fotoalboma-perm-duysburg-gorod-na-reke-v-xx-veke/> (дата обращения: 13.11.2020).

12. Manor I. The Digitalization of Public Diplomacy // Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy. – 2019. – С. 1-352.

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ИНСТИТУТОВ ПУБЛИЧНОЙ ВЛАСТИ
И ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА**

**РАЗРАБОТКА ЦИФРОВЫХ СРЕДСТВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
ГРАЖДАН С ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОГО
И МЕСТНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

Баданинская А. А., студент

Апостолук В. А., студент

Юров В. В., студент

Научный руководитель – Митрофанова О. Н., ст. преподаватель
Липецкий государственный технический университет
alina.badaninskaya@mail.ru

В настоящее время появляется осознание о необходимости повышения эффективности и результативности деятельности государственной власти для успешного политического, экономического и социального развития страны. Достижение перечисленных целей требует повышения информационной открытости деятельности органов государственной власти, которая будет являться показателем эффективности исполнения функциональных полномочий, закрепленных за ними, и будет выступать неотъемлемой частью для построения правового государства, что невозможно без постоянной связи между гражданами и органами государственной власти [1, 2, 3].

Информационная открытость органов государственной власти для граждан будет служить стимулом для развития и совершенствования, поиску новых форм осуществления управления и, благодаря этому, повышению его эффективности [4]. Повышение уровня открытости государственных органов способствует росту уровня доверия граждан к властным структурам.

Информирование граждан о деятельности органов государственной власти и получение обратной связи непосредственно от представителей власти возможно осуществлять с помощью цифровых средств взаимодействия, а именно приложения [5].

Повышение уровня информационной открытости может быть осуществлено благодаря разработанному приложению, которое будет решать следующие задачи:

- оперативное получение актуальной информации об изменениях, дополнениях и появлении новых нормативных актов или законов;
- проведение прозрачных опросов и выборов, посредством использования block-chain технологии;
- оперативное решение вопросов с помощью чат-бота.

Функционал предлагаемого приложения позволяет:

- регистрация пользователя в несколько кликов. Информация о пользователе «подтягивается» из базы данных портала «Госуслуги»;
- создание официальных обращений через чат-бот;
- общение с другими пользователями, а также с представителями власти;
- новостная лента с привязкой по ГЕО.

Прозрачность при реализации решений обеспечивает предлагаемое приложение и встроенные технологии. Встроенная система опросов и голосований позволяет честно и без «накрутки» голосов принимать любые решения. Прозрачность в данном процессе обеспечивает технология block-chain. Таким образом:

- данные по результатам опросов и голосований – неизменяемы;
- результаты опроса общедоступны, что исключает возможность подделок и искажений;
- ответы на вопросы вводятся респондентами напрямую и сразу сохраняются в блокчейне, а не обрабатываются посредниками. Это снижает затраты и повышает доверие к результатам [6].

Для пользователя предлагаемое приложение предлагает:

- возможность в любое время проверить свои ответы и поделиться ими;
- открытый доступ к результатам и общему ходу голосования;
- участие в опросе в удобное время и с любого устройства;
- отсутствие необходимости доверять организатору, уверенность в надежном хранении всех результатов [6].

Выходящие новостные сообщения позволяют пользователям оценить содержание сообщения и действия лиц новости, а форма для комментариев позволяет оставить обратную связь и запустить процесс голосования.

Предлагаемое приложение своим функционалом позволяет и имеет право осуществлять:

- общественную проверку;
- общественный мониторинг;
- общественное обсуждение;
- общественную экспертизу законопроектов и иных нормативных актов областного и муниципальных уровней.

В результате появляется возможность получить заключения и рекомендации органам государственной власти.

Структура предлагаемого приложения будет представлять собой два направления-сектора: государственный и социальный.

Государственный сектор будет включать чат-бот, который позволит оперативно получать информацию на часто задаваемые и интересующие вопросы, формировать официальные обращения и заявки (рис. 1)

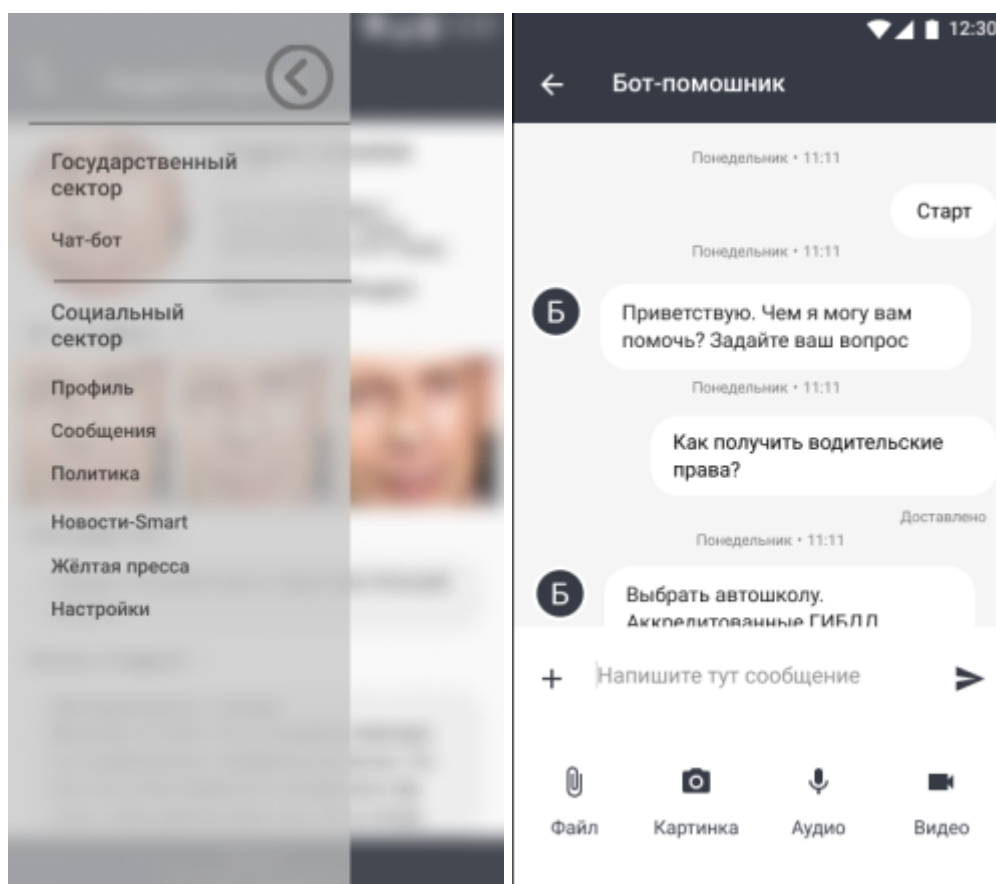


Рисунок 1 – Макет сектора и чат-бота приложения

Социальный сектор будет содержать несколько разделов (рис. 2):

- профиль – личный профиль пользователя, с фотографией, личными данными, обсуждениями, опросами и голосованиями, в которых он участвовал;
- сообщения – раздел для общения с другими пользователями и объединения в сообщества;
- политика – актуальная информация об изменениях, появлении, дополнении официальных документов (Законы, нормативные акты и иное);
- новости-Smart – официальные новости органов местного самоуправления с привязкой по ГЕО и возможностью выбора другого региона;
- жёлтая пресса – раздел с новостями иных новостных порталов;
- настройки – раздел с настройками приватности, настройкой оповещений.

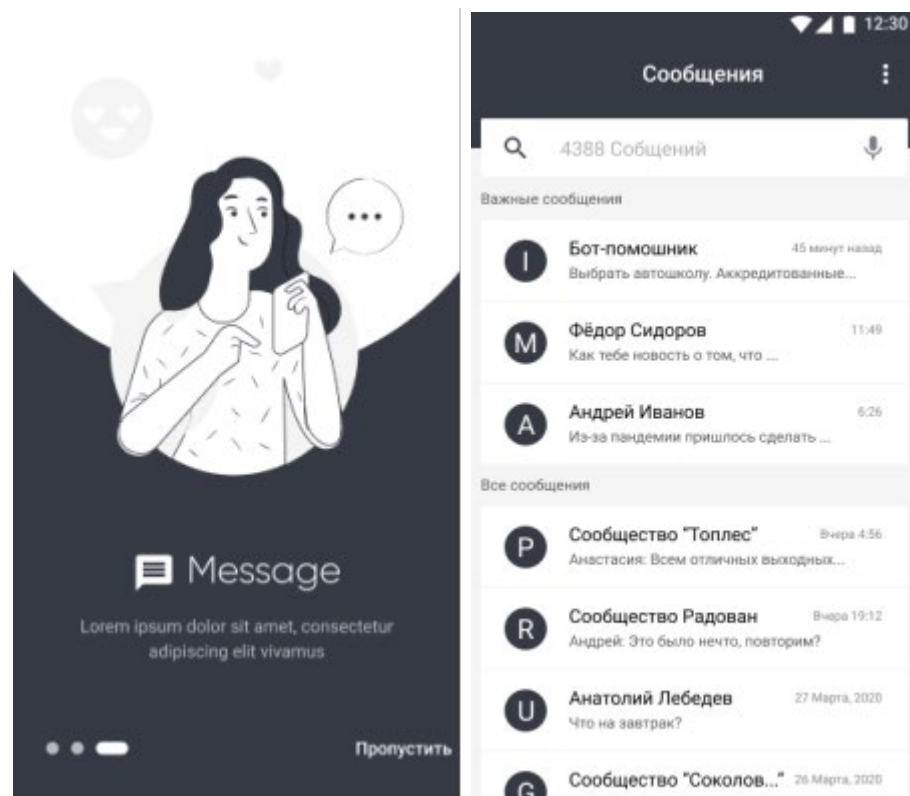


Рисунок 2 – Макет раздела «Сообщения» в приложении

Приложение своим функционалом призвано обеспечить согласование общественно значимых интересов граждан, некоммерческих организаций, органов государственной власти и органов местного самоуправления для решения наиболее важных вопросов экономического и социального развития региона, защиты прав и свобод граждан, развития демократических институтов путем:

- привлечения граждан и некоммерческих организаций;
- выдвижения и поддержки гражданских инициатив, направленных на реализацию прав, свобод и законных интересов граждан, прав и законных интересов коммерческих и некоммерческих организаций;
- выработки рекомендаций органам государственной власти;
- оказания информационной, методической и иной поддержки гражданам, коммерческим и некоммерческим организациям.

О приложении можно будет узнать посредством повышения известности разработанного приложения среди населения путем создания и формирования единого визуального образа приложения среди населения и продвижения конкретных функций, которые население может получить. Для регистрации необходим уникальный token id с портала «Госуслуги», который вставляется в приложение. Информация о пользователе автоматически «подтягивается» с портала «Госуслуги».

Была создана инвестиционная модель приложения (рис. 3).

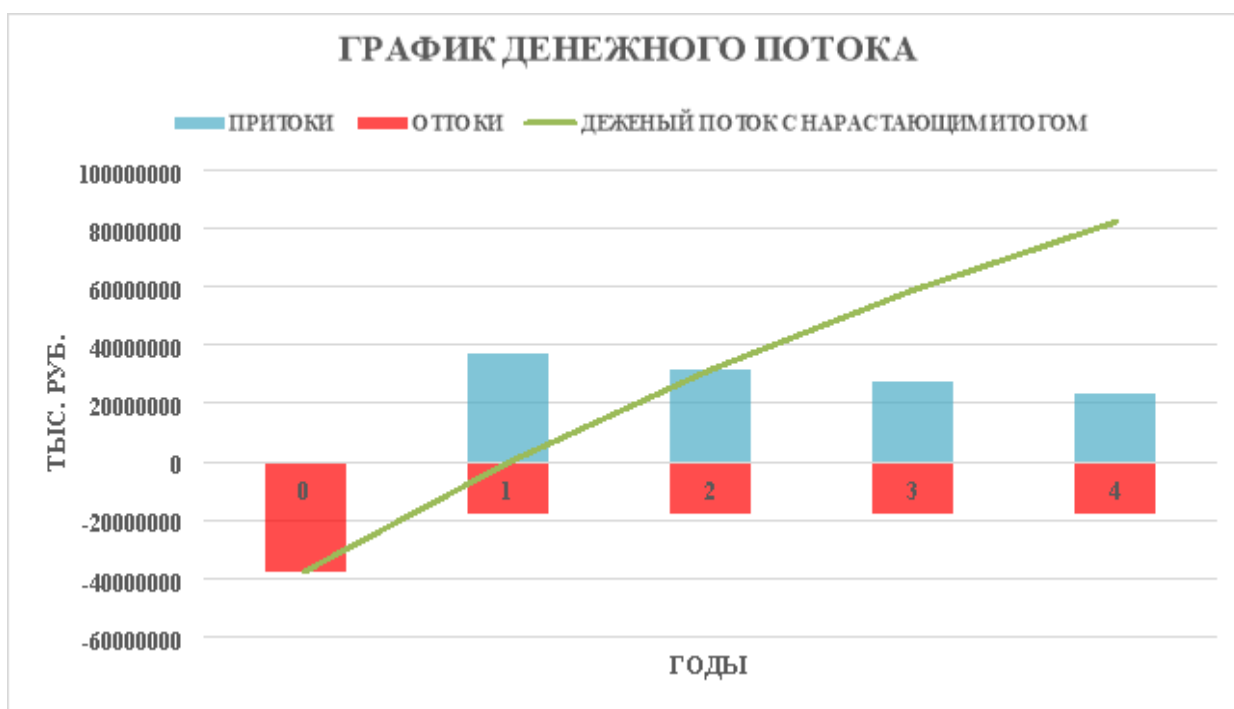


Рисунок 3 – График денежного потока

Расчитанные основные экономические показатели представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные экономические показатели инвестиционного проекта

Показатель	Значения показателя
NPV, руб.	82228875,06
PP, месяцев	9,49
ARR, %	162 %
PI, доли	3,19
PC, доли	1,55
IRR, %	110 %

Чистая приведенная стоимость проекта (NPV) составляет 82 млн. руб., внутренняя норма доходности (IRR) 110 %, что является довольно высоким показателем, из этого следует целесообразность инвестирования в проект. Индекс прибыльности (PI) показывает сколько прибыли принесёт проект при требуемой ставке дисконтирования на каждый вложенный рубль, и он составляет 3,19. Срок окупаемости (PP) – 9,49 месяцев говорит нам о том, когда инвестиции, вложенные в проект, окупятся.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что разработанное приложение поможет воплотить в жизнь такие элементы информационной открытости, как «...открытость решений и действий власти для граждан, равный доступ всех граждан к информации о властных структурах всех видов и уровней власти, возможность поиска, получения и распространения информации в

сфере политико-властных отношений, обратная связь, обеспечивающая органы государственной власти всей необходимой информацией для принятия решений в управлении сферами жизнедеятельности общества» [3].

Список использованных источников:

1. Гостева А. А., Митрофанова О. Н. Повышение уровня информационной открытости органов местного самоуправления / Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы: сборник научных статей 19-й Международной научно-практической конференции. – Курск, 2020. – С. 124-128.

2. Журавлева И. А. Инструменты совершенствования механизма открытости деятельности органов исполнительной власти // Вестник академии. – 2013. – № 3 (37). – С.136-141.

3. Митрофанова О. Н., Маркина Д. А. Информационная открытость органов власти // Инновационная экономика и право. – 2019. – № 1 (13). – С. 41-49.

4. Дубровская Ю. В., Жаворонкова К. С. Информационная открытость органов власти как важнейший критерий эффективности государственного и муниципального управления // Государственное управление. Электронный вестник. – 2016. – №55. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-otkrytost-organov-vlasti-kak-vazhneyshiy-kriteriy-effektivnosti-gosudarstvennogo-i-munitsipalnogo-upravleniya> (дата обращения: 08.11.2020).

5. Черкасов К. В., Захаревич Д. А. К вопросу об оценке открытости государственного управления в России: федеральное и региональное измерение // Власть. – 2015. – № 10. – С. 75-83.

6. Альбикив Р. Ф. Блокчейн и выборы в Москве: позитивные и негативные аспекты // Теория государства и права. – 2019. – №4 (16). – С.194-203.

ТЕХНОЛОГИИ ЦИФРОВОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА КАК ОСНОВА БУДУЩИХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ

Беденкова А. С., студентка

Научный руководитель – Бронников И. А., к. полит. н., доцент
Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова
bedenkovaanastya@gmail.com

Стремительное распространение и внедрение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в начале XXI века затронуло абсолютно все сферы жизнедеятельности человека. Переход мирового сообщества в информационный или постиндустриальный век, где главными ресурсами становится информация, знания и новые технологии обусловил качественно новый уровень развития политических институтов.

На сегодняшний день ИКТ являются неотъемлемой частью развития общества. Без них невозможно представить принятие взвешенных и обоснованных решений ни в одной сфере, включая политику. Информационные технологии являются главным фактором эффективного функционирования управленческой системы, а также инструментом повышения эффективности и прозрачности взаимодействия органов государственной власти с гражданским обществом. Основной целью использования информационных технологий на данный момент является повышение эффективности механизмов государственного управления на основе использования общей информационно-технологической инфраструктуры, которая включает информационные системы, ресурсы и средства, обеспечивающие налаженное и согласованное взаимодействие как между государственными органами, так и с общественностью.

Современный этап развития общества характеризуется повышением роли информации и ИКТ во всех сферах жизнедеятельности. Развитие и внедрение ИКТ является одним из приоритетных как в мировом масштабе, так и в России. Развитие институтов власти и соответствие мировым стандартам представляется возможным лишь при своевременном осваивании и использовании новых технологий в государственных практиках.

Ярким примером активного внедрения ИКТ в сфере политики и управления является концепция «электронного правительства». Активный этап становления и развития «электронного правительства» в большинстве стран мира начался в 2000-х годы после подписания Окинавской хартии, провозгласившей вхождение мирового сообщества в новую информационную эпоху и приоритет развития использования возможностей ИКТ для ликвидации международных разрывов в области знаний и информации [1, С. 7]. В основе механизмов реализации электронного правительства был заложен мотив использования ИКТ в практике органов государственной власти с целью повышения эффективности и результативности их работы, а также улучшения качества предоставляемых населению услуг. В России данные тенденции были отражены в ряде программ: «Электронная Россия» 2002-2010 год, «Информационное общество» 2011-2020». Особенно активно внедрение новых технологий происходило в 2010-2011 годы благодаря инициативам Д. А. Медведева. Именно тогда в России стали использовать краудсорсинг для совместной выработки политических решений властью и обществом [2, С. 219-220]. Одной из самых крупных российских политических краудсорсинговых площадок является «Российская общественная инициатива» – это ресурс, с помощью которого граждане России, авторизованные через ЕСИА, могут выдвигать различные гражданские инициативы и голосовать за них [3, С. 182].

На протяжении долгого времени «электронное правительство» было передовым и высокоэффективным решением множества проблем. Тем не менее, учитывая стремительное развитие ИКТ, страны ощущают необходимость перехода от принципов управления «электронного правительства» к освоению новых технологий и осуществлению процесса полномасштабной цифровизации механизмов функционирования органов государственной власти.

Модель «электронного правительства» перестает отвечать запросам и потребностям современного сетевого общества, что обуславливает необходимость перехода к новой концепции цифрового правительства. В докладе ООН 2012 года была зафиксирована отправная точка перехода от «электронного правительства» к всеохватывающему правительству (whole-of-government) и созданию политической основы для цифровизации [4].

В основе модели цифрового правительства лежат следующие принципы [5, С. 11]:

- услуги являются полностью цифровыми (digital end-to-end);
- предоставление цифровых услуг происходит по умолчанию (digital by default);
- ориентированность услуг на пользователей;
- ориентация на мобильные устройства;
- наличие постоянного доступа через различные информационно-коммуникационные каналы;
- правительство как платформа (участие третьей стороны в процессе предоставления государственных услуг);
- инклюзивность и доступность;
- высокий уровень взаимодействия государственных органов с гражданами, так и внутри государственных структур/

Среди основных элементов цифрового правительства выделяют [5, С. 17]:

- единый портал;
- единые данные для совместного использования в государственном секторе;
- межведомственные сервисы для совместного использования;
- государственная инфраструктура совместного использования;
- улучшенные сенсорные сети и аналитика;
- кибербезопасность и конфиденциальность.

Таким образом, учитывая базовые характеристики и принципы функционирования, новые технологии цифрового правительства с политической точки зрения способствуют не только повышению уровня предоставляемых населению услуг, но и возникновению новых каналов политического участия, что увеличивает вовлеченность граждан и некоммерческих структур в процессы принятия государственных решений и оказания государственных услуг. Реализуется совместное публичное управление, использующее для этого все доступные современные коммуникационные каналы, а также открытые правительственные данные.

На сегодняшний день концепция цифрового правительства, реализация которой предполагается на основе достижений в развитии «электронного правительства», представляет собой одну из наиболее перспективных в современном мире технологий организации взаимодействия между властью и общественностью. Именно данная модель с широким использованием потенциала

социальных медиа позволяет открыть новые возможности для осуществления двусторонней коммуникации между государством и обществом.

В настоящий момент следует отметить, что гражданское общество более успешно осваивает новые технологии. Возрастающее влияние интернет-технологий способствовало перефокусировке гражданского активизма в сторону медиаактивизма, предполагающего использование цифровых инструментов коммуникации в политических целях [6, С. 45]. Использование новых технологий направлено на активизацию связей с целью повышения информированности о проблемах или оказания социального и политического давления. Происходит активная политизация сетевого пространства. При возрастающем влиянии интернет-технологий активные граждане оказывают значительное давление на формирование информационной повестки, где представители государственных органов стремительно теряют свои позиции. Более того, все чаще данные технологии используются для достижения политических целей, несмотря на сопротивление со стороны государственных органов и правящей элиты.

Ярким примером онлайн-активизма являются онлайн-митинги 2020 во время режима самоизоляции в России. Неконтролируемые протесты могут привести к дестабилизации политической ситуации и разрушению существующих институтов, учитывая тот факт, что протестные онлайн-митинги оказывают серьезное влияние на офлайн-пространство. Еще одной угрозой является активное использование возможностей социальных медиа оппозиционными силами (агитация протестного движения в 2010-2012 гг., координация и распространение информации во время акций протеста в 2018-2019 гг.), в то время как государственные органы заметно отстают в использовании цифровых механизмов (неудачное блокирование мессенджера Telegram в 2018 г.).

Постепенное возрастание влияния новых технологий может стать эффективным инструментом как решения, так и создания политических проблем. Любые изменения в данной области окажут определенное давление на политическую реальность и могут привести к значительным изменениям, вследствие чего органам государственной власти необходимо своевременно осваивать и использовать ИКТ в своих практиках.

Внедрение информационных технологий в деятельность государственных органов является приоритетным направлением в настоящее время. Использование новых технологий не только позволит повысить конкурентоспособность страны на мировой арене, но и обеспечить открытость органов власти и предоставит возможность общественного контроля над деятельностью государства, что позволит повысить доверие граждан к государственной власти. Получение открытой и достоверной, а также своевременной информации на информационных порталах государственных структур позволит различным категориям граждан чувствовать себя причастными к политике государства [7, С. 6].

Таким образом, учитывая глобальный тренд на внедрение ИКТ и принципов цифрового правительства во все сферы функционирования общества,

России крайне важно не отставать от мировых тенденций и интенсивно внедрять новые технологии в государственные практики, привлекая к этому процессу всех заинтересованных сторон, включая общественность, институты гражданского общества и частный сектор экономики.

Список использованных источников:

1. Бочков С. И., Макаренко Г. И., Федичев А. В. Об Окинавской хартии глобального информационного общества и задачах развития российских систем коммуникации // Правовая информатика. – 2018. – № 1. – С. 4-14.
2. Евсеева Л. И. Краудсорсинговые технологии в политической практике // Коммуникативные среды информационного общества: тренды и традиции: Труды Междунар. науч.-теор. конф.; отв. за выпуск О. Д. Шипунова. – СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. – С. 219-220.
3. Танова А. Г., Евсеева Л. И. Информационные технологии в политике // Технологии и рекламы в современном обществе. – 2017. – № 2. – С. 178 – 183.
4. United Nations. Department of Economic and Social Affairs. URL: <https://www.un.org/en/development/desa/publications/index.html> (дата обращения 07.11.2020).
5. Доклад «Цифровое правительство 2020. Перспективы для России». Всемирный банк. – М., 2016. – 84 с.
6. Башева О. А. Цифровой активизм как новый метод гражданской мобилизации // Научный результат. Социология и управление. – 2020. – Т. 6. №1. – С. 41-57.
7. Целищева Е. Ф. От электронного правительства к электронному государству // ЭГО: Экономика. Государство. Общество. – 2011. – № 2(6). – С. 46-53.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ МОЛОДЕЖИ НА ГОСУДАРСТВЕННУЮ СЛУЖБУ: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ

Востриков К. В., к. полит. н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т. Ф. Горбачева
kvv-politik@mail.ru

Во всем мире наиболее активной частью общества являются молодые люди. Государственные органы различных стран предпринимают все необходимые меры для того, чтобы молодежь участвовала во всех сторонах жизни государства и общества. Молодые люди охотно принимают участие в коммерческом секторе чуть ли не самого раннего возраста, т. к. культ зарабатывания денег является основным во многих государствах. Также молодые люди принимают участие в творческих мероприятиях, которые лучше всего дает им возможность раскрыть свой потенциал. Особенно эта активность наблюдается в

сфере информационных технологий, где молодежь в рамках инновационной деятельности показывает себя с наилучшей стороны. Прежде всего, они являются генераторами идей, которые довольно быстро усваиваются практикой, особенно в производственно-технической сфере. В гуманитарной сфере инновационных идей молодежью представлено меньше, однако это не значит, что молодым людям эта сфера неинтересна. Активно молодежь принимает участие в социальных проектах, где наиболее всего виден индивидуальный результат, дающий возможность для дальнейшего карьерного роста. Молодые люди, безусловно, находят себя и в других сферах общественной жизни, например в политике, или государственном управлении. На последней сфере хочется остановиться более подробно.

В современной России на сегодняшний день наблюдается нехватка кадров практически на всех уровнях государственного управления. Естественным образом идет смена поколений в государственном аппарате. В условиях цифровизации экономики, требуются управленческие кадры, способные выполнять задачи в режиме многоаспектности. Прежде всего, это связано с построением эффективных управленческих систем, что очень важно для страны, где каждый регион имеет свою социально-экономическую и политическую специфику. Политическим руководством страны поставлены задачи по качественному улучшению основных показателей развития общества. Поэтому нужен приток свежих кадров, которые могут предложить и внедрить в практическую деятельность большинство из них. Однако молодых людей зачастую не берут в государственные органы, поскольку у них нет необходимого опыта управленческой деятельности. Одновременно с этим, как можно увидеть, молодежь в органах государственной власти крайне незначительно. Автор изучал на протяжении десяти лет возрастной состав региональных органов государственного управления и отметил, что среди территориальных структур федеральных органов власти и работников регионального уровня во всех основных категориях лица в возрасте от 40 до 50 лет составляют большую часть [1, 2]. Хорошо это можно наблюдать в органах законодательной ветви власти. Были нарушены механизмы непрерывного воспроизводства граждан, которые были заняты в системе государственного управления, из молодежной среды. Недостаточно эффективна система подготовки молодых кадров для государственного управления всех уровней. Неостребованными остаются прежние методы работы с общественным активом, творческих коллективов, которые способствуют приобретению навыков управленческой деятельности. Нужно отметить, что у определенной части молодых людей наблюдаются определенные надежды на попадание в кадровый резерв государственной гражданской службы. Профессор МГУ им. Ломоносова Купцова И.В. проводила опрос, связанный с ожиданиями молодежи. Были опрошены студенты 4 курса «государственное и муниципальное управление» [1]. Как показали результаты данного исследования большинство респондентов ответили, что государственная служба является скорее престижной, чем нет. Как отмечает Купцова И.В. престижной, считают государственную службу в основном первокурсники. Чем

ближе к окончанию, то выпускники в большинстве своем уже не рассматривают поступление на государственную службу как в основную сферу профессиональной деятельности. Главной причиной выпускники называют низкий уровень оплаты труда. Поэтому вывод, который делает Купцова И.В. однозначный – проводить профориентационную работу среди выпускников с объяснением преимуществ государственной гражданской службы [1]. Если мы посмотрим по стране в целом, то отношение молодежи к государственной службе также неоднозначное. Данные, представленные Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), показывают, что интерес молодых людей к государственной службе постоянно растет. Среди опрошенных ВЦИОМом, в 2014-2018 гг. более полутора тысяч молодых людей в возрасте от 18-25 лет, в 153 городах страны отметили следующие наиболее привлекательные для них сферы: «58% - отметили бизнес-сферу, 45% - административную деятельность, политическую и творческие профессии по 25%» [2].

Таким образом, можно сказать, что примерно одинаковой привлекательностью пользуется как коммерческий, так и государственный сектор. Однако, как отмечают большинство исследователей, молодых людей привлекают в государственной службе возможность получить необходимые связи и привилегии для занятия в будущем коммерческой деятельностью. Без них, по мнению большинства, невозможно успешное занятие бизнесом. Агентством «Ведомостей» также был проведен опрос молодых соискателей. Результаты оказались менее радужными. Большая часть респондентов (41%) мечтают трудиться в коммерческих компаниях – желательно с международным участием, чтобы сразу же иметь возможность уехать за границу. Около 17% респондентов связывают свое будущее с фрилансингом, а 14% – с предпринимательством. Значительно меньшее количество – только 5% молодых людей, не против поработать в образовательных учреждениях и некоммерческих организациях. А вот на государственную службу пойдут только 19% респондентов [3]. Кроме низких зарплат, указанных выше, молодых людей отпугивает большое количество бюрократических процедур. Поскольку молодые люди хотят быть не только генераторами идей, но и быстро внедрять их в практику, государственные органы управления с точки зрения молодежи, не могут достаточно быстро их внедрить из-за медлительности и неповоротливости государственного аппарата. Кроме того, молодежи не нравится большое количество ограничений, которые предусмотрены российским и региональным законодательством о государственной службе [4, 5]. Так или иначе государственные органы управления испытывают нехватку молодых кадров, особенно в информационных технологиях. Так, по словам начальника отдела кадров Избирательной комиссии Кемеровской области-Кузбасса, целый год не могли найти специалиста на должность начальника отдела информационных технологий, по причине того, что в коммерческом секторе такой специалист может заработать в несколько раз больше [7]. К тому же большинство молодых людей уверены, что без связей на государственную службу не попасть [8]. Практически отсут-

ствуют вакансии на большинстве популярных интернет-порталах, которые занимаются размещением вакансий. Те, что размещены, не являются реально свободными, и висят там потому, что органы власти обязаны размещать разные вакансии. Необходимо менять методы кадровой работы и формулировать управленческие задачи таким образом, чтобы молодым людям было интересно их реализовывать без учета материальной составляющей. Также нужно предложить молодежи нематериальные стимулы, с тем чтобы молодежь получала возможность творческой реализации в т ч в других, связанных с государственным управлением сферах.

Таким образом, можно отметить, что интерес молодых людей к государственной службе имеется, так же, как и интерес органов государственного управления привлечь на государственную службу наиболее талантливых из них. Однако необходимо кардинально поменять методологию работы с молодыми специалистами, которые готовы прийти на государственную службу в целях служения общественному благу. Необходимо активнее взаимодействовать с высшими учебными заведениями, осуществляющих подготовку специалистов по направлению «государственное и муниципальное управление». Также необходимо плотнее работать с кадровым резервом для того, чтобы молодые люди не ушли в другие сферы деятельности по причине их длительного нахождения в нем. Требуется принятие управленческих решений по включению на общественных началах молодых специалистов в практику реализации разнообразных общественных проектов для назначения тех из них на должности государственной гражданской службы, которые получать качественные результаты по окончанию реализации данных проектов.

Список использованных источников:

1. Госкомстат Российской Федерации, Кемеровский областной комитет государственной статистики. Численность и состав работников органов государственной власти и местного самоуправления Кемеровской области // Кемерово. – апрель 2010. – апрель 2019.- 74 с

2. Купцова И.В. Государственная служба глазами студентов. В сборнике: Социальное государство и молодежь: механизмы управления и перспективы развития. Пивоварова М.Б. Сборник статей. Научный редактор М.В. Рыбакова. Москва, 2018. С. 177-181.

3. Белкина Е.Н., Соколова Т.М., Помыткина А.В. Государственная служба и молодежь в Российской Федерации В сборнике: . сборник статей XV Международной научно-практической конференции: в 4 частях. 2017. С. 283-285.

4. «Служить бы рад»? Почему молодежь не хочет идти на госслужбу. Режим доступа: <https://samolet.media/posts/4115>. Дата обращения: 15.10.2020

5. Федеральный закон от 27 июля 2004 г. N 79-ФЗ "О государственной гражданской службе Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями). Режим доступа <http://base.garant.ru/12136354/#ixzz6cAfQgjb1>. Дата обращения: 28.10.2020

6. Закон Кемеровской области от 1 августа 2005 г. N 103-ОЗ "О государственных должностях Кемеровской области и государственной гражданской службе Кемеровской области" (принят Советом народных депутатов Кемеровской области 8 июля 2005 г. N 1094) Режим доступа: <http://www.garant.ru/hotlaw/kemerovo/124814/#ixzz6cAgG1sf> (дата обращения: 28.10.2020).

7. Глушко Ю.В., Сооло Н.А. Молодежь как основа формирования кадрового резерва государственной гражданской службы В сборнике: Современные исследования проблем управления кадровыми ресурсами. Сборник научных статей V Международной научно-практической конференции. Отв. за выпуск Е.И. Данилина. 2020. С. 131-138.

8. Макарова О.А. Профессиональные установки молодых государственных служащих: региональный аспект. Теории и проблемы политических исследований. 2015. № 6. С. 55-73.

ВЛИЯНИЕ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА В ВОПРОСАХ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ

Гладких С. С., аспирант

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор
Кемеровский государственный университет
serg.gladkix@mail.ru

В соответствии со статьей 4 Федерального закона от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» одним из принципов гражданской службы является взаимодействие с общественными объединениями и гражданами. В развитие указанного принципа в сфере противодействия коррупции статьей 3 Федерального закона от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» предусмотрено, что противодействие коррупции основывается на принципе сотрудничества государства с институтами гражданского общества, международными организациями и физическими лицами [1, 2].

Вместе с этим, Указом Президента РФ от 29.06.2018 № 378 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2018 - 2020 годы» рекомендовано высшим должностным лицам субъектов Российской Федерации обеспечить ежегодное рассмотрение отчета о выполнении региональной антикоррупционной программы (плана противодействия коррупции) в субъекте Российской Федерации и размещение такого отчета в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на официальном сайте высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации [3].

В настоящее время, как государство, так и гражданское общество определенно понимают негативное влияние коррупционных факторов на российскую экономику в целом. Вместе с этим все большую популярность получают такие формы участия гражданского общества борьбы с коррупцией, как:

- телефоны доверия («горячие линии»);
- функционирование общественных приемных, в которые поступают различные обращения, как граждан, так и юридических лиц;
- мониторинг поступающей информации в средства массовой информации, по результатам которого такая информация направляется в государственные органы;
- перенаправление всех обращений по подведомственности в государственные органы в рамках имеющихся полномочий и направления результатов рассмотрения заявителям в целях защиты прав граждан.

В то же время можно выделить проблемы, которые в негативном ключе влияют на степень участия гражданского общества в деятельности по противодействию коррупции:

- отсутствие некоторыми государственными органами и органами местного самоуправления правового и экономического понимания значимости участия гражданского общества в деятельности по противодействию коррупции, а порой и вовсе их бездействие или наоборот активные действия в деятельности по противодействию коррупции;
- инертное отношение некоторых государственных органов к поступающей информации антикоррупционного характера, от гражданского общества, в том числе от различных общественных объединений;
- отсутствие у гражданского общества, общественных объединений, а также различных социальных групп, необходимых ресурсов для системного решения вопросов в деятельности по противодействию коррупции;
- формальный подход к деятельности отдельных представителей гражданского общества, общественных объединений и социальных групп, которые, в конечном счете, такой деятельностью наносят вред и подрывают доверие к участию гражданского общества в целом в деятельности по противодействию коррупции.

Таким образом, со стороны государственных органов наблюдается противоборство общественности, что логично ведет к снижению влияния гражданского общества на меры антикоррупционного характера и вместе с этим снижается значимость структур гражданского общества, общественных объединений, а также различных социальных групп.

Внедрение информационных технологий в сфере деятельности по противодействию коррупции направлено, в первую очередь, на повышение продуктивности такого института как урегулирование конфликта интересов, а также на эффективный контроль за соблюдением государственными служащими ограничений, запретов и требований к служебному поведению в связи с исполнением ими своих должностных обязанностей, а также контроль в части привлечения к ответственности государственных служащих за их нарушение,

в том числе создание эффективной и доступной системы обратной связи и обеспечение доступности информации о деятельности государственных органов.

Итак, подводя итог данного аспекта, можно выделить, что эффективность взаимодействия антикоррупционного характера между гражданским обществом и государством определяется в контексте самих механизмов такого взаимодействия.

Внедрение информационных технологий, которые направлены на публичность и открытость деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, делает доступным участие гражданского общества, общественных объединений, а также различных социальных групп в деятельности противодействия коррупции, а также посредством такого внедрения можно оценить качество взаимодействия гражданского общества с государственными органами. Таким образом, эффективность наполнения информации официальных сайтов государственных органов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», следует оценивать по таким параметрам, как:

- понятность и доступность использования элементов обратной связи, в том числе размещенных в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

- стабильный контроль и оперативное внесение изменений относительно деятельности, в которой имеется наличие высокой вероятности возникновения коррупционных рисков;

- наличие или отсутствие представителей соответствующего государственного органа в диалоге с представителями гражданского общества, общественного объединения, а также различных социальных групп и незамедлительное принятие решений по выявлению и последующему устранению причин коррупции;

- наличие на официальном сайте государственного органа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» раздела «контроль гражданского общества», который способствует осуществлению контроля со стороны гражданского общества, общественных объединений, а также различных социальных групп в деятельности по противодействию коррупции;

- возможность оставления заявок на формирование различных форумов посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на которых представители гражданского общества, общественных объединений, а также различных социальных групп имели бы возможность высказывать свою позицию по выявлению, предупреждению, пресечению, раскрытию и расследованию коррупционных правонарушений, а также исходя из мониторинга законодательства, в том числе судебной практики высказываться о недостатках правоприменительной практики в деятельности по противодействию коррупции.

Между тем необходимо отметить некоторые положительные практики, например, взаимодействие гражданского общества, общественных объединений, а также различных социальных групп с правоохранительными органами и иными государственными структурами по вопросам деятельности по противодействию коррупции способствуют незамедлительному реагированию на правонарушения коррупционной направленности и обеспечение принципа противодействия коррупции в части неотвратимости наказания за коррупционные и иные правонарушения. В конечном итоге, такое взаимодействие направлено на предупреждение коррупции, в том числе на выявление и последующие устранения причин коррупционной деятельности, а также минимизацию и ликвидацию последствий коррупционных и иных правонарушений.

В части продолжения положительных практик, можно отметить внедрение информационных технологий в вопросах противодействия коррупции в государственных органах всех уровней власти, сформированной на основе информационной системы в области противодействия коррупции, эксплуатируемой в Администрации Президента Российской Федерации, Федеральной службе охраны Российской Федерации и Правительстве Российской Федерации, для осуществления информационного взаимодействия в целях противодействия коррупции. Внедрение такой информационно-телекоммуникационной технологии в практику работы государственных органов как федерального, так и регионального уровня способствует осуществлению автоматизированного сбора и анализа сведений о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера, представляемых гражданскими служащими.

Эксплуатация современных информационных технологий во всем мире определенно указывает на их эффективность в выполнении различных антикоррупционных программ. Более того, в условиях слабого правового просвещения граждан, а также их неготовность принимать активную гражданскую позицию в деятельности по противодействию коррупции, внедрение информационных технологий становится эффективным способом привлечения гражданского общества, общественных объединений, а также различных социальных групп к деятельности по противодействию коррупции.

Эксплуатация информационно-телекоммуникационных технологий сети «Интернет» способствует деятельности гражданского общества, общественных объединений, а также различных социальных групп в деятельности по противодействию коррупции тем, что внедрение информационно-телекоммуникационных технологий в деятельности государственных органов в процессе взаимодействия государства с общественностью содействует дальнейшему утверждению государственных программ в сфере противодействия коррупции.

Стоит отметить, что одной из основных идей как цифровизации в целом, так и по внедрению информационных технологий в деятельность государственных органов, в том числе по оказанию государственных услуг являлась

возможность свести к минимуму участие гражданина в различных государственных процессах как раз за счет автоматизирования процессов, увеличения уровня транспарентности, введения электронных операций, усиления деятельности в части осведомления общественности.

Один из основных несомненных плюсов внедрения информационных технологий заключается в прозрачности деятельности государственных органов и общественного контроля за их деятельностью, а также деятельностью должностных лиц государственных органов. Такая прозрачность заключается в устранении конфиденциальных действий посредством их публикаций на официальных сайтах государственных органов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Статьей 28-2 Закона Кемеровской области от 01.08.2005 № 103-ОЗ «О государственных должностях Кемеровской области - Кузбасса и государственной гражданской службе Кемеровской области - Кузбасса» предусмотрена обязанность гражданского служащего ежегодно за календарный год представлять сведения об адресах сайтов и страниц сайтов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на которых гражданский служащий размещал общедоступную информацию, а также данные, позволяющие их идентифицировать [4].

Здесь стоит отметить, что данная практика направлена, в первую очередь, на превентивный характер выявления коррупциогенных факторов в действиях гражданских служащих посредством отслеживания социальных сетей гражданского служащего, в том числе в целях выявления приготовлений гражданами служащими к коррупционным действиям. Такая деятельность превентивного характера становится возможным исключительно путем применения инструментов информационных технологий для анализа социальных сетей.

Внедрение информационных технологий существенным образом влияет при взаимодействии органов государственной власти и общества в сфере противодействия коррупции на повышение уровня информирования о деятельности, как государственных органов, так и их должностных лиц. Причина осуществления более эффективного противодействия коррупции состоит в том, что если общество лучше проинформировано о правилах и процедурах, то оно имеет возможность лучше сопротивляться коррупции [5, С. 194-196].

Информационно-телекоммуникационные технологии в силу своей специфики позволяют оказывать стимулирование граждан Российской Федерации сообщать о фактах злоупотребления, что, в свою очередь, облегчает совершение корректирующих действий по отношению к отдельным государственным органам или их должностным лицам, а также позволяют провести реорганизацию системы для снижения возможности необоснованного применения исключений из общих правил [6, С. 295-298].

Если подойти к внедрению информационных технологий в части взаимодействия органов государственной власти и общества в вопросах противодействия коррупции более широко, то не стоит недооценивать взаимодействие

государства и общества посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в различных социальных сетях или с помощью «электронного» правительства, в том числе с помощью различных форумов.

В немалой степени благодаря привлечению общественности при помощи обсуждений в онлайн форумах, тенденции состояния коррупционной преступности на территории Российской Федерации могут получить положительный фактор, поскольку такое обсуждение или в некоторых случаях истории, основанные на реальных событиях с конкретными людьми вполне вероятно есть основания предполагать, что они будут иметь нравственное и моральное воздействия на отдельных как должностных лиц, так и граждан Российской Федерации [7, С. 223-225].

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/ (дата обращения: 26.10.2020).

2. Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82959/ (дата обращения: 26.10.2020).

3. Указ Президента РФ от 29.06.2018 № 378 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2018 - 2020 годы». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71877694/> (дата обращения: 26.10.2020).

4. Закон Кемеровской области от 01.08.2005 № 103-ОЗ «О государственных должностях Кемеровской области - Кузбасса и государственной гражданской службе Кемеровской области – Кузбасса». URL: <http://docs.cntd.ru/document/990305850> (дата обращения: 26.10.2020).

5. Агеев В. Н., Бикеев И. И, Кабанов П. А. и др. Всё о коррупции и противодействии ей / под общ. ред. И. И. Бикеева, П. А. Кабанова. – Казань, 2014. – 228 с.

6. Анализ практики реализации программ противодействия коррупции в субъектах Российской Федерации. Аналитический доклад / под. ред. Т. Я. Хабриева. – М., 2012. – 336 с.

7. Борьба с ветряными мельницами? Социально-антропологический подход к исследованию коррупции. – М.: Алетейя, 2017. – 230 с.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ

Зими́на Н. В., к. полит. н., доцент
Забайкальский государственный университет
ziminanv2010@yandex.ru

В настоящей статье предпринята попытка анализа процесса развития информационных технологий в контексте влияния на институционализацию и

деятельность политических партий. Деятельность современных политических партий нельзя представить без использования информационных технологий, именно развитие информационных технологий помогает коммуникации политических партий и повышает их авторитет в обществе.

На фоне ослабления роли политических партий в обществе необходимо привлекать новые инструменты взаимодействия партий и власти, партий и общества.

Информационные технологии по мере своего развития способствуют становлению социально-политических институтов, в том числе и политических партий. Политические партии сегодня имеют свои собственные сайты, через которые транслируют информацию о своей деятельности. Политические партии могут использовать интернет-технологии как средства массовой коммуникации на основе принципа обратной связи для направления разноплановых потоков политической информации, с целью завоевания доверия и поддержки электората. Политическая партия, направляя информацию в массы, через Интернет получает возможность быстро и интенсивно взаимодействовать с обществом, реагируя на их предпочтения, расширяя горизонтальные связи партии, выстраивая коммуникации по интересам и предпочтениям граждан [1].

С развитием новых информационных технологий появляются совершенно новые типы политических партий, получившие распространение благодаря сети «Интернет». Так, например, появились коуч-партии – партии с небольшим членством, условно «помещающиеся на одном диване» («Партия свободы» в Нидерландах). Активно развиваются блогерские партии – руководителем таких партий является блогер, продвигающий интересы партии в интернет-пространстве («Беппе Грилло» в Италии). Заявляют о себе и такие партии, которые получили название «пиратские партии» – создаются активными пользователями, защищающими свободу передачи информации в глобальной сети («Пирацкая партия» в России, именно такое наименование зарегистрировано в Минюсте России) [2].

Все эти партии можно условно назвать «кибер-партии», то есть партии, активно использующие интернет-технологии в своей деятельности. Первой предложила термин «кибер-партии» Х. Маргеттс, рассматривая такие партии как один из «идеальных» типов партий, который появился в политическом пространстве в конце 1990-х гг. XX в.

Рассматривая соотношение «кибер-партии» в современных партийных системах и партий, не использующих интернет-технологии в своей деятельности, можно отметить, что количество партий лояльных к новым информационным технологиям значительно выше количества партий не использующих сеть «Интернет».

Соотношение затрат и результатов, показывает, что в настоящее время «Интернет» является самым эффективным и малозатратным средством продвижения партийных идей. Для использования интернет-технологий партиям

не требуется больших финансовых ресурсов, как того требует телевидение или радио, за выход в эфир требуется платить немалые деньги.

Политические партии посредством интернет-технологий могут осуществлять фандрайзинг, то есть сбор финансовых средств для осуществления организации и проведения избирательных кампаний через сеть «Интернет», а также осуществлять поиск источников финансирования.

В связи с развитием технологий и изменениями в законодательстве появляются виртуальные партии, в России зарегистрированы партии лояльные к развитию Интернет-технологий, но многие партии являются лишь политическими спойлерами.

Термин «спойлер» в политический и правовой оборот вошло в том числе, с развитием политических информационных технологий. Спойлер – это политический кандидат или политическая партия, которая в силу определенных обстоятельств не имеет шансов победить на выборах, но оттягивает на себя часть голосов у других кандидатов или партий со схожей символикой, названием или программой, повышая тем самым шансы на победу кандидатов с противоположной позицией. Так, например, на прошлых парламентских выборах в 2016 г. в борьбе за парламентские места принимали участие партии со схожими названиями: «Коммунисты России» и «КПРФ». Примечательно то обстоятельство, что, в избирательном бюллетене партия «Коммунисты России» располагались впереди партии «КПРФ», очевидно, что неподготовленный избиратель, лояльно настроенный по отношению к коммунистам, видел только слово «коммунисты» и делал определенный выбор. Такой подход явно дает шанс на победу даже не «Коммунистам России», а политическим оппонентам «КПРФ».

Очевидно, что ряд политических партий зарегистрированных в России являются партиями-спойлерами, но некоторые из них потерпев поражение на выборах, остаются на политической арене и начинают выступать с интересными политическими инициативами и работают активнее своих конкурентов, что показывает анализ в том числе, их официальных сайтов.

Анализ некоторых сайтов политических партий показал, что не все сайты наполнены своевременной и полной информацией, многие сайты работают некорректно, названия многих партий имеют схожие или повторяющиеся словосочетания, что отсылает пользователя на чужие страницы, например, при поиске партии «Партия Человека Труда» попадаешь на сайт партии «Трудовая партия России».

В законе «О политических партиях» интернет присутствию политической партии не уделено должного внимания, регулируется только требования к сайтам органов государственной власти, потому нет системного подхода к наполнению самих сайтов партии или присутствия политической партии в социальных сетях. Многие партии выбирают коммуникационные каналы в сети Интернет, в зависимости от целевой аудитории. Так, например в социальной сети «ВКонтакте» присутствует ряд партий направленных на молодежную

аудиторию: «ЛДПР», «Единая Россия», а в социальной сети «Одноклассники» зарегистрирована страница партии «КПРФ».

Интернет-технологии играют все более важную роль в коммуникации партий на парламентских выборах. Исследуя сайты политических партий, зарегистрированных в Минюсте России вне зависимости от их реальной деятельности выявлены факты их неинтенсивного использования имеющихся информационных ресурсов [2].

Для оценки сайтов политических партий использовались несколько параметров, которые можно весьма условно разбить на три группы: информационная открытость, интерактивность и технологичность [3].

Становление глобального информационного общества способствует выведению политических коммуникаций на более качественный уровень и модернизацию партийной системы в целом. Партийная элита применяет новые политические технологии для обеспечения постоянного политического дискурса в реальном времени.

Таким образом, партии используют «Интернет» для реализации следующих целей:

- анализа мнений и настроений электората;
- обмена идеями;
- получения своевременных и актуальных политических, социальных и экономических новостей со всего мира;
- коммуникации с региональными отделениями политической партии;
- рекрутирования новых членов партии;
- презентации собственных политических проектов, программ и законодательных инициатив;
- сбора средств на развитие и нужды партии;
- общественного контроля за выборами.

Кроме перечисленного, информационные технологии дают и другие неограниченные возможности для развития политических партий.

На основании проведенного анализа влияния развития информационных технологий на политические партии можно сделать следующие выводы: во-первых, интернет-технологии являются одним из факторов модернизации политических партий; во-вторых, политические партии активно входят в виртуальное пространство, используя интернет-технологии как инструмент влияния на политический электорат и рекрутирование сторонников партии; в-третьих, благодаря развитию информационных технологий политические партии расширяют сферы влияния и границы участия в политическом дискурсе.

Список использованных источников:

1. Балашов А. Н. Интернет-активность российских политических партий: политологический анализ // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2014. Вып. 2. – С. 107-115.

2. Официальный сайт Министерства юстиции Российской Федерации. URL: <http://minjust.ru> (дата обращения: 6.11.2020).

3. Эффективность присутствия российских политических партий в сети Интернет. URL: <https://cmsmagazine.ru> (дата обращения: 6.11.2020).

4. Margetts H. The cyber party // School of Public Policy, Univ. College London; Paper to workshop 'The Causes and Consequences of organisational Innovation in European Political Parties', ECPR Joint Sessions of Workshops. Grenoble, – April. 2001. – 6–11.

ПОЛИТИКА ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВА: ПОЛЕ БИТВЫ – ИНТЕРНЕТ

Каминский С. И., студент

Научный руководитель – Гигаури Д. И., к. полит. н.

Санкт-Петербургский государственный университет

Stanislavkam13@gmail.com

На сегодняшний день единого центра, предназначенного для «конструирования» социальной реальности и повестки дня в сети Интернет, не существует [1, С. 51-58]. Однако, достоверно известно о поручении президента Российской Федерации В. В. Путина Правительству РФ, предписывающему регулярно проводить исследования в Интернете по поводу потребительских предпочтений и особенностей поведения молодежной аудитории. Соответствующий документ по итогам заседания Совета по реализации государственной политики в сфере защиты семьи и детей опубликовала пресс-служба Кремля.

В поручении Президента 2019 года целью опросов называется «повышение уровня информированности органов государственной власти о влиянии информационной среды на формирование взглядов подрастающего поколения». В приведенном документе поручается создать на базе некоммерческой организации координационный центр по организации производства контента, направленного на духовно-нравственное воспитание молодежи, и его распространения в интернете [2].

Однако созданию единственного центра предшествует не менее примечательная история становления и развития отечественных сетевых ресурсов, призванных выступать каналами коммуникации власти и молодежи, ресурсов, обреченных стать инструментами формирования и продвижения определенных представлений о социальной реальности. Нами будут рассмотрены отдельные ресурсы, созданные для представления официальной линии в дискурсивном пространстве, которые будут подвержены авторской типологизации.

В данной статье мы рассмотрим отдельные сообщества социальной сети ВКонтакте, являющиеся официальными страницами социальных проектов, созданных при косвенной или прямой поддержке со стороны государства. Будут проанализированы YouTube-каналы, являющиеся ретранслятором «официальной линии» в интернет-пространстве.

К первой группе были отнесены проекты социальной направленности, созданные в рамках общего процесса формирования стратегии государственной национальной политики, формирования посредством инкорпорирования в общественное сознание отдельных элементов общероссийской гражданской идентичности через цифровые каналы коммуникации.

Ко второй группе были отнесены проекты политической ориентации, созданные для формирования набора базовых ценностей молодого поколения, отождествляющиеся, в первую очередь, с патриотизмом и служением Отечеству.

Уместно, на наш взгляд, рассмотреть проекты социальной направленности, ориентированные на пропаганду ценностей, зафиксированных в «Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года», утвержденную Указом Президента Российской Федерации от 19 декабря 2012 года № 1666, отметить характерные черты на основе анализа контента, приведенного в публикациях сообществ [3].

Первым сообществом будет группа «Гордость России». Интернет-проект «Гордость России» был создан в декабре 2013 года на базе социальных сетей. На сайте и в группе проекта рассказывается «о людях, которые проявляют мужество, спасая своих соотечественников, вносят вклад в развитие регионов, в которых живут, занимаются общественно-полезной деятельностью, волонтерством, благотворительностью, помогают окружающим» [4].

Контент ресурса обновляется ежедневно, включая праздники и выходные дни, и подготавливается профессиональными журналистами. Тексты представлены в форме монологов героев: почему они не остались в стороне, какие испытания им пришлось преодолеть, что они думают о храбрости и милосердии, во что верят, чем живут. Монологи разделены на смысловые блоки – небольшие истории о себе, о совершенном подвиге (или социальном проекте), о родном городе, о целях и мечтах героя и т. д. Каждый текст сопровождается портретная фотография героя, а также фотографии, иллюстрирующие его деятельность. Объем материала варьируется от 5 до 9 тысяч знаков, что в полной мере позволяет рассказать о герое выпуска.

Проект через призму человеческих историй убеждает читателей в том, что заняться общественно-полезным делом любой тематики может каждый россиянин. Проект служит платформой для поиска союзников: читатели нередко запрашивают в сообщениях координаты героя для консультации с ним или напрямую просят о помощи.

Целевая аудитория проекта – все граждане страны, активно пользующиеся Интернетом и социальной сетью ВКонтакте, которые сегодня выполняют роль информационных ресурсов в возрасте от 18 до 55 лет и старше. Ядерная аудитория проекта – интернет-пользователи от 20 до 35 лет, то есть самая социально и экономически активная категория граждан.

Сайт проекта создан как информационный ресурс, дублирующий тексты социальных сетей, состоит из 6 рубрик-категорий («спасение», «благотворительность», «помощь», «наука», «спорт», «хорошее дело»), интерактивной

карты регионов России, цветом показывающей частоту наличия в проекте героев из того или иного региона, календарь, позволяющий посмотреть историю за определенную дату.

Основными задачами проекта можно считать: регулярную публикацию материалов, повышающих позитивную информационную повестку в интернет-пространстве; истории героев проекта, представляющих различные субъекты РФ, являющихся примером социально-значимого, полезного для общества занятия; регулярную публикацию материалов, рассказывающих о профессиональных спасателях в системе МЧС РФ, а также о примерах мужества и взаимопомощи в условиях ЧС на местах в различных субъектах РФ, оказанных непрофессиональными спасателями.

Через тематику материалов и информационную поддержку героев публикаций проект поднимает престиж социального действия и знакомит с моделями реализации социально-значимых проектов по всей территории России, мотивирует читателей на участие в этих проектах или создание собственного социального, культурного, экологического дела. При этом живой формат публикаций позволяет достичь вирусности в социальных сетях и расширять базу читателей.

Примечателен факт реализации проекта «Гордость России» Благотворительным Фондом «Стремление» при поддержке Фонда президентских грантов. Перечислено Фондом на реализацию проекта 10 318 680 рублей. Вероятная причина победы в конкурсе грантов – удовлетворение запроса на ретрансляцию «базовых ценностей российского государства», закрепленных в национальной стратегии, упомянутой ранее. Такими ценностями, в частности, являются: созидательный труд, социальная справедливость, взаимопомощь и коллективизм [5].

Вторым сообществом будет проект композитора Игоря Матвиенко «#Жить», появившейся вместе с одноименной песней, посвященной памяти жертв авиакатастрофы над Синайским полуостровом, случившейся 31 октября 2015 года. Проект пишет о целях своего существования следующее: «Это возможность справиться с непростой жизненной ситуацией, найти ту недостающую опору, в которой нуждается человек, оказавшийся лицом к лицу с бедой. <...> Проект дает возможность прийти на помощь, оказать поддержку и просто выразить слова сочувствия всем нуждающимся в этом. Жить.рф - напоминание, и возможность проявить самые важные человеческие качества: сострадание, гуманность, милосердие, человеколюбие» [6].

Контент ресурса обновляется ежедневно, включая праздники и выходные дни, и подготавливается профессиональными контент-мейкерами. Тексты представлены в форме монолога о людях «сильного характера» или о примечательных социальных явлениях, отличающихся высокой общественной полезностью. Каждый текст сопровождается портретная фотография героя, а также фотографии, иллюстрирующие его деятельность. Объем материала варьируется от 5 до 25 предложений, что в полной мере позволяет рассказать о герое, его достижениях или влиянии социального феномена на общество.

Целевая аудитория проекта (как впрочем и в последующих примерах) все граждане страны, активно пользующиеся Интернетом и социальной сетью ВКонтакте, которые сегодня выполняют роль информационных ресурсов, для аудитории в возрасте от 18 до 35 лет – самой социально активной когорты граждан.

Через тематику материалов и информационную поддержку героев публикаций проект поднимает престиж социального действия, информирует о примечательных социальных феноменах, мотивирует читателей на участие в этих проектах или создание собственного «доброе дело». Успешность проекта имеет несколько составляющих – «вирусность» производимого контента, например, одноименной песни, набравшей миллионы просмотров в социальных сетях и удовлетворение запроса на ретрансляцию «базовых ценностей российского государства», закрепленных в национальной стратегии, упомянутой ранее. Такими ценностями, в частности, являются: гуманизм, семья и взаимопомощь.

Ко второй группе «каналов влияния» следует отнести проект «Время – вперед!», обладающий аудиторией в 231 000 подписчиков, созданный в 2012 году. Главная цель проекта – «выделить и донести до публики хорошие новости, на которые другие СМИ не любят обращать внимание». Примечателен тот факт, что упомянутый ресурс пользуется дихотомией образов, противопоставляя себя «чернушной пропаганде, на которой выросло поколение». Содержание видеороликов сформировано на противопоставлении упомянутого ресурса программам, выпускаемым представителями так называемого «оппозиционного дискурса» - каналам «Сотник ТВ», каналу политика А.А. Навального, эпизодов программы, выпускаемой «Радио Свобода» [7].

Контент ресурса обновляется еженедельно, подготавливается профессиональными контент-мейкерами, озвучивает новости журналист Евгений Супер. Ролики представлены в форме монолога о людях, совершивших подвиг или о других значимых достижениях России, отличающихся высокой политико-экономической эффективностью. Каждый ролик сопровождают кадры, иллюстрирующие сюжет программы. Хронометраж выпуска варьируется от 5 до 10 минут, что в полной мере позволяет рассказать о герое или достижениях Российского государства в сферах политики и экономики.

Выпуск состоит из одной магистральной темы, рассматривающийся на протяжении всего выпуска, однако, существует и блок новостей «одной строкой», помещенный в середину главного сюжета. Характерные названия роликов для данного канала: «В России возрождается целая отрасль», «Россия стремительно трезвеет», «Теперь у России есть своя турбина». Характерное акцентирование внимание на топониме присутствует почти во всех названиях видеороликов.

Через тематику материалов проект поднимает престиж социального действия, информирует о важных политико-экономических проектах России. Успешность канала имеет несколько составляющих – высокое качество монтажа и подачи производимого контента, например, использование приема

«кликбейт» при формировании названия выпуска и «картинки-превью», предшествующей видеоролику. Реализуется удовлетворение запроса на ретрансляцию «базовых ценностей российского государства», закрепленных в национальной стратегии. Такими ценностями, в частности, являются: патриотизм и созидательный труд.

Последним из анализируемых ресурсов будет Youtube канал «PolitRussia», обладающий аудиторией в 771 000 подписчиков, аналогично созданный в 2012 году. Главная цель проекта – анализ международной обстановки, рассмотрение отдельных аспектов российской политики. Примечателен тот факт, что упомянутый ресурс пользуется аналогичной дихотомией образов, противопоставляя себя представителям упомянутого ранее «оппозиционного дискурса» – каналам политиков А. А. Навального и Л. Э. Соболь [8].

Контент ресурса обновляется ежедневно, подготавливается профессиональными контент-мейкерами, ведут новости журналисты Руслан Осташко, Роман Романов и Анна Сочина. Ролики представлены в форме монолога о достижениях России во внешней и внутренней политике, отличающихся высокой политико-экономической эффективностью или о событиях внешнего мира, способных быть интерпретированными как «агрессия против России». Каждый ролик сопровождают кадры, иллюстрирующие сюжет программы, в кадре присутствует ведущий. Хронометраж выпуска варьируется от 5 до 15 минут, что в полной мере позволяет сформировать нужный смысловой посыл, направляемый потенциальному зрителю.

Выпуск состоит из одной магистральной темы, рассматривающийся на протяжении всего выпуска. Характерные названия роликов для данного канала: «Зачем переписывают историю нашей победы?», «Грузины не успевают считать убытки», «Мир без доллара всё ближе». Характерное акцентирование внимание на внешней агрессии присутствует почти во всех названиях видеороликов.

Через тематику материалов проект информирует о важных политико-экономических проектах России, как внешних, так и внутренних, информирует зрителей о «внешней угрозе». Успешность канала имеет несколько составляющих – высокое качество монтажа, подача производимого контента лично журналистами. Использование приема «кликбейт» при формировании названия выпуска и «картинки-превью», предшествующей видеоролику, отдельные примеры которых приводились ранее. Реализуется удовлетворение запроса на ретрансляцию «базовых ценностей российского государства», закрепленных в национальной стратегии. Такими ценностями, в частности, являются: патриотизм и социальная справедливость.

В результате работы с информационной средой и ресурсами, посвященным вопросам формирования общественного сознания и мировоззренческих установок, автор подготовил следующий классификатор, позволяющий сформировать представление об основных акторах, участвующих в реализации политики идентичности в виртуальном пространстве (табл. 1).

*Таблица 1. Классификатор мировоззренческих установок
в социальном пространстве*

Тематика ресурса	Культивируемые ценности
Социальная («Гордость России»; «Жить.рф»)	Созидательный труд, социальная справедливость, взаимопомощь и коллективизм; гуманизм, семья и взаимопомощь
Политическая («Время – вперёд!»; «PolitRussia»)	Патриотизм, созидательный труд; Патриотизм, социальная справедливость

Исходя из приведенной таблицы, мы можем заключить, что ценности, культивируемые разными тематическими ресурсами, пересекаются. Данный факт может свидетельствовать о несогласованности и автономности работы ресурсов. Можно предположить, что увеличение ресурсов с идентичными целями было предназначено для получения кумулятивного эффекта в сфере влияния информационных технологий на формирование ценностей современной молодежи.

Перспектива исследования виртуального пространства по результатам краткого научного обзора, представленного в статье, предстает довольно очерченной: Интернет становится ресурсом, в котором могут действовать различные политические силы и движения, стремящиеся влиять не только на информационную повестку дня, но и на коллективное сознание, в первую очередь, молодого поколения.

Активность в виртуальной среде стремится контролировать государство, однако, глобализация коммуникативного пространства, пока что позволяют не допускать его (государства) всепроникающее влияние.

На наш взгляд, современные правительства должны вырабатывать ряд гибких мер по противодействию негативной, дезинтегрирующей национальное сообщество стратегии интерпретации социально-политической реальности, посредством инвестирования в национальные образовательные ресурсы и спонсирования блогосферы, позитивно очерчивающей государственную повестку.

Список использованных источников:

1. Гигаури Д. И., Гуторов В. А., Ширинянц А. А. Youtube-блогеры как лидеры общественного мнения молодёжи: новые технологии формирования идентичности в виртуальном пространстве // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2019. – № 3(60). – С. 51–58.

2. Перечень поручений по итогам заседания Совета по реализации государственной политики в сфере защиты семьи и детей. URL: <http://kremlin.ru/acts/assignments/orders/61841> (дата обращения: 11.10.2020).

3. О стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года (в редакции Указа Президента Российской Федерации от 06.12.2018 г. N 703). URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102161949> (дата обращения: 11.10.2020).

4. Сообщество «Гордость России» ВКонтакте. URL: <https://vk.com/priderussia> (дата обращения: 11.10.2020).

5. Отчет о реализации гранта Фонда президентских грантов. URL: <https://президентскиегранты.рф/public/application/item?id=5a09d297-481a-4530-bfc2-48462a525c01> (дата обращения: 11.10.2020).

6. Сообщество «#Жить» ВКонтакте. URL: <https://vk.com/zhit> (дата обращения: 11.10.2020).

7. Youtube канал «Время–Вперед!». URL: <https://www.youtube.com/user/ShkolaFaberlic/videos> (дата обращения: 11.10.2020).

8. Youtube канал «PolitRussia». URL: <https://www.youtube.com/user/PolitRussiaCom/videos> (дата обращения: 11.10.2020).

«СТРАТЕГИЯ 2035» КУЗБАССА КАК ИНТРУМЕНТ ПО МОДЕРНИЗАЦИИ РЕГИОНА

Мартынов М. А., аспирант

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор

Кемеровский государственный университет

martkem9@mail.ru

Быстрые изменения современного мира требуют от Российской Федерации их своевременного анализа, оценки степени влияния таких изменений на социальный и экономический ландшафты страны, в целом и регионов, в частности.

При этом, необходимо не только правильно оценивать произошедшие и происходящие изменения, но и определять тренды на кратко- средне- и долгосрочную перспективы, выработать грамотные решения и определить эффективные инструменты их реализации.

Важным является тот факт, что влияние глобальной экономики крайне неравномерно распространяется по территории Российской Федерации, «выбирая» крупнейшие города, регионы с добычей востребованных на мировом рынке ресурсов или с благоприятным географическим положением для развития внешних связей. В результате, от степени включенности экономики субъектов Российской Федерации в глобальный рынок товаров и услуг зависит состояние их рынка труда, доходов населения, региональных и местных бюджетов.

21 июля 2006 года на заседании Государственного совета «О механизмах взаимодействия федеральных и региональных органов исполнительной власти при разработке программ комплексного социально-экономического развития регионов», были рассмотрены предложения Рабочей группы по комплексному социально-экономическому планированию развития регионов, возглавляемой губернатором Красноярского края А. Г. Хлопониным. Было отмечено, что, в соответствии с действующим законодательством, ни федерация, ни регионы могут вообще не иметь стратегических документов в области территориального планирования. И они этим пользуются – на федеральном уровне нет ни долгосрочной стратегии регионального развития, ни среднесрочных реализующих ее программ. Нет и качественно проработанных региональных разрезов основных отраслевых стратегий, среднесрочной программы социально-экономического развития, программ развития инфраструктурных монополий и т. д. Сложившееся положение А. Г. Хлопонин охарактеризовал так: «... нынешняя региональная политика – это не предмет осмысленной деятельности, а случайная сумма территориальных последствий от реализации государством и бизнесом различных отраслевых стратегий и планов» [1].

Рабочей группой было предложено в короткие сроки разработать и принять федеральный закон об организации разработки и реализации государственной региональной политики в Российской Федерации, который должен обеспечить взаимосвязь региональных приоритетов страны с разрабатываемыми на региональном уровне концепциями, стратегиями и программами развития.

Можно констатировать, что с этого периода деятельность органов государственной власти и общества, в целом, переходит к этапу системного формирования стратегического развития субъектов Российской Федерации [2], естественным результатом которого становится принятие Федерального закона от 28.06.2014 г. N 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации».

Принятый нормативный акт имеет ключевое значение, так как устанавливает правовые основы стратегического планирования в Российской Федерации, координации государственного и муниципального стратегического управления и бюджетной политики, полномочия федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и порядок их взаимодействия с общественными, научными и иными организациями в сфере стратегического планирования [3].

Прямо указывается, что стратегическое планирование в Российской Федерации осуществляется на федеральном уровне, уровне субъектов Российской Федерации и уровне муниципальных образований (п.2 ст.1), а также определены 10 основных задач стратегического планирования таких, как:

1) координация государственного и муниципального стратегического управления и мер бюджетной политики;

2) определение внутренних и внешних условий, тенденций, ограничений, диспропорций, дисбалансов, возможностей, включая финансовые, социально-экономического развития Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, отдельных отраслей и сфер государственного и муниципального управления, обеспечения национальной безопасности Российской Федерации;

3) определение приоритетов социально-экономической политики, целей и задач социально-экономического развития Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, отдельных отраслей и сфер государственного и муниципального управления, обеспечения национальной безопасности Российской Федерации;

4) выбор путей и способов достижения целей и решения задач социально-экономической политики Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований и обеспечения национальной безопасности Российской Федерации, обеспечивающих наибольшую эффективность использования необходимых ресурсов;

5) формирование и проведение комплекса мероприятий, обеспечивающих достижение целей и решение задач социально-экономического развития Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований и обеспечения национальной безопасности Российской Федерации;

6) определение ресурсов для достижения целей и решения задач социально-экономической политики и социально-экономического развития Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований и обеспечения национальной безопасности Российской Федерации;

7) координация действий участников стратегического планирования и мероприятий, предусмотренных документами стратегического планирования, по срокам их реализации, ожидаемым результатам и параметрам ресурсного обеспечения;

8) организация мониторинга и контроля реализации документов стратегического планирования;

9) научно-техническое, информационное, ресурсное и кадровое обеспечение стратегического планирования;

10) создание условий, обеспечивающих вовлечение граждан и хозяйствующих субъектов в процесс стратегического планирования [3].

Также, достаточно четко определены требования к порядку разработки и принятию Стратегии социально-экономического развития регионов, основные из которых установлены в ст. 32 данного нормативного документа.

Анализ положений вышеуказанного Федерального закона позволяет утверждать, что социально-экономическое развитие региона – это одна из центральных функций органов власти субъекта РФ, которая становится особенно актуальной во время кризиса и/или структурных изменений.

Уместно отметить, что руководство Кемеровской области-Кузбасса, приняло незамедлительное, системное участие в формировании стратегического планирования и, в соответствии с Законом Кемеровской области от 11 июля 2008 г. №74-ОЗ утвердило «Стратегию социально-экономического развития Кемеровской области до 2025 года» [4].

Важным условием успешной жизнеспособности утвержденной регионом Стратегии является ее актуальность и возможность изменения существенных условий в зависимости от социально-экономической и политической ориентации государства, проблематики региона на конкретном этапе развития страны.

Мировой финансово-экономический кризис 2008-2009 годов оказал существенное влияние на достижение целей «Стратегии социально-экономического развития Кемеровской области до 2025 года» [5]. В конце 2008 года в результате кризисных явлений произошло сокращение масштабов занятости, что обусловило значительный рост безработицы. В 2009 г. снизилась налогооблагаемая база Кузбасса по основным доходобразующим налогам (налог на прибыль, налог на добычу полезных ископаемых и налог на добавленную стоимость). Однако, несмотря на неблагоприятные внешние условия, ключевые приоритеты развития региона, обозначенные «Стратегией социально-экономического развития Кемеровской области до 2025 года», были сохранены, реализация целевого сценария развития была продолжена. Были сформированы и новые точки роста региональной экономики: метано-угольная и нефтеперерабатывающая отрасли, а также инновационно-территориальный кластер по комплексной переработке угля и техногенных отходов. Проводилась активная политика, направленная на привлечение инвестиций, создание благоприятной предпринимательской среды, формирование конкурентоспособной и инновационной экономики.

В результате за период реализации «Стратегии социально-экономического развития Кемеровской области до 2025 года» (по состоянию на конец 2017 года к уровню 2007 года) объем валового регионального продукта увеличился в 2,4 раза в основных ценах, при этом составив 92,3 % в сопоставимых ценах от уровня 2007 года. Объем промышленного производства вырос в 1,2 раза, в том числе по добыче топливно-энергетических полезных ископаемых – в 1,35 раза, по обрабатывающим производствам – на 4,8 %. Объем инвестиций в основной капитал вырос 1,8 раза в основных ценах, при этом составив 87,2 % в сопоставимых ценах от уровня 2007 года. Таким образом, реализация стратегической цели «Стратегии социально-экономического развития Кемеровской области до 2025 года» и связанных с ней подцелей была выполнена лишь частично и показала потребность в ее корректировке [6].

Учитывая необходимость изменения ориентиров социально-экономического развития, Законом Кемеровской области от 26.12.2018 г. № 122-ОЗ утверждена новая «Стратегия социально-экономического развития Кемеровской области до 2035 года» (далее Стратегия Кузбасса) [7]. Ранее действующая Стратегия отменена.

Считаем правильным отметить следующее. Ряд исследований качества регионального развития опираются на «теорию стадий роста» Д. Белла, согласно которой экономическое развитие любой страны или региона проходит три основные стадии: доиндустриальную, индустриальную и постиндустриальную.

При этом, доминирующими отраслями доиндустриального развития являются добывающие отрасли, сельское хозяйство, рыбная, лесная, горнодобывающая промышленность.

В индустриальной стадии доминируют перерабатывающие отрасли: машиностроение, химическая, лесная и деревообрабатывающая, легкая, пищевая промышленность и пр.

В постиндустриальной стадии основными отраслями, на которых базируется экономическое развитие, становятся отрасли нематериального производства: наука, образование, торговля, финансы, страхование, здравоохранение и др. Характерными чертами постиндустриального общества становятся относительное падение производства товаров и относительное увеличение производства услуг, рост наукоемкости производства, повышение уровня квалификации персонала.

Важно, что Стратегия Кузбасса определяет цели развития региона до 2035 года со смещением акцентов от преобладающе доиндустриальной стадии до индустриального и постиндустриального.

Главным фактором становится не наличие ресурсов, а эффективность их использования.

При этом согласно п. 2.2. Стратегия Кузбасса направлена на комплексное решение задач, способных нивелировать или по меньшей мере значительно сократить влияние глобальных рисков, максимально использовать открывающиеся возможности, связанные с цифровой трансформацией экономики и социальной сферы страны.

Как отметил Губернатор Кемеровской области-Кузбасса С. Е. Цивилев, «главная цель Стратегии Кузбасса – рост благосостояния и качества жизни кузбассовцев через обеспечение опережающих темпов развития и конкурентоспособности экономики [8].

Стратегическими направлениями социально-экономического развития Кемеровской области-Кузбасса, соответственно, являются обеспечение экономического роста и развитие человеческого капитала. Они, в свою очередь, объединяют 8 стратегических приоритетов социально-экономической политики Кемеровской области, объединенные в два блока:

1. Обеспечение экономического роста (эффективные инвестиции – динамичное развитие промышленности и АПК; поддержка предпринимательства – перезагрузка и рост; транспортный прорыв – современная инфраструктура; экологическая безопасность – новые стандарты)

2. Развитие человеческого капитала (забота о здоровье – сильный регион; молодые профессионалы – будущее Кузбасса; комфортная среда – новое качество жизни; традиции Кузбасса – новые возможности).

Как отметил Губернатор Кузбасса С. Е. Цивилев: «Важно, чтобы жить в Кузбассе было комфортно и удобно нам всем» [6].

Учитывая внутренние ресурсные возможности и ограничения, внешние условия долгосрочного развития Кемеровской области, имеющийся экономический потенциал, накопленный объём инвестиций в экономику региона, а также заявленные к реализации и уже реализующиеся инвестиционные проекты, Стратегией Кузбасса рассматриваются три сценария развития Кемеровской области в долгосрочной перспективе.

Первый сценарий – *консервативный «Стратегия удержания и поступательных улучшений»* – основан на предпосылке о сохранении волатильности среднегодовых цен на продукцию топливно-энергетического комплекса на мировом рынке (по динамике цен на энергетический уголь и нефть марки Brent, прогнозируемой Всемирным банком). При этом предполагается усиление зависимости экономики Кемеровской области от цикличности цен на продукцию базового сектора промышленности.

Второй сценарий – *целевой «Структурная модернизация через реформирование базовых процессов в экономике и управлении»* – строится на основе структурной модернизации базовых процессов в экономике и управлении региона и подразумевает реализацию возможностей развития, инициированную проактивной политикой органов исполнительной власти Кемеровской области.

Реализация такого сценария сможет обеспечить более высокий уровень жизни населения, большую устойчивость экономики по отношению к циклическим колебаниям рыночной конъюнктуры, а также возможность введения более жестких экологических ограничений на добычу полезных ископаемых.

Третий сценарий – *оптимистичный «Стабильные условия благоприятной внешней экономической конъюнктуры»* – основан на предположении, что в долгосрочной перспективе будут складываться относительно стабильные условия благоприятной внешней экономической конъюнктуры (рост цен на углеводородное сырье, нивелирование последствий международных экономических санкций, нивелирование глобальных кризисных явлений природного, техногенного, экономического и политического характера) и закрепления федеральных приоритетов в части Кемеровской области, как гарантий долгосрочного вектора развития основных видов экономической деятельности. Эти условия дадут возможность более быстрыми темпами сократить объем государственного долга, перераспределить расходы консолидированного бюджета региона, обеспечить реализацию базовых социально-экономических программ, осуществить трансформацию основных секторов экономики. Стабильный спрос и высокие цены на уголь, металл и химические продукты позволят направить средства предприятий на приобретение новых технологий, автоматизацию и цифровизацию, экологию, переработку отходов, переобучение кадров.

Стратегией Кузбасса отмечено, что при сопоставлении трёх сценариев более реалистичным и предпочтительным для обеспечения прорывного роста

экономики Кемеровской области является второй. В его пользу указывают такие параметры, как системная трансформация экономики и социокультурного пространства региона, усиление приоритетов в развитии экономики в пользу высокотехнологичных производств, активная миграционная и демографическая политика, обеспечение государственной поддержки инвестиционных проектов из средств федерального бюджета.

В связи с этим в качестве оптимального и приоритетного выбран диапазон значений показателей социально-экономического развития Кемеровской области до 2035 года по двум сценариям – не ниже значений целевого сценария с ориентиром на значения оптимистичного сценария.

При этом, согласно рейтингу социально-экономического положения регионов проведенного экспертами РИА Рейтинг по заказу РИА Новости на основе официальной статистики Кемеровская область-Кузбасс по итогам 2019 года находится на 21 месте [8].

Развитие региона – многогранный процесс, в котором достижение экономических целей рассматривается в совокупности с социальными. Однако одним из важнейших факторов остаются унаследованные особенности развития региона.

Стратегия Кузбасса более детально, в сравнении с ранее утвержденной Стратегией отмечает сложившуюся в регионе структуру экономики, степень освоенности территории, демографическую ситуацию, социокультурные особенности населения и неформальные институты (традиции и нормы), воздействующих на формы занятости, доходы, мобильность населения, а в более широком плане - на человеческий и социальный капитал. Кроме того, в советской плановой экономике новые города и предприятия создавались без учета особенностей территории, нередко на «пустом месте». В переходный период немалая часть из них оказалась нежизнеспособной: монопромышленные города-заводы, так и не ставшие настоящими городами с диверсифицированной структурой занятости и городским образом жизни. Большое число моногородов, в том числе таких, где не преодолены депрессивные тенденции в экономике и откуда продолжается отток населения является одной из задач, требующих решения в рамках Стратегии Кузбасса.

В целом, анализ ряда научных работ, посвященных проблематике стратегического развития регионов, позволяет сделать вывод о том, что Стратегия Кузбасса, в целом, представляется достаточно сбалансированным документом, опирающемся на текущую ситуацию в регионе и стране. Принимаются во внимание современные прогнозы развития экономики, новые инструменты развития территорий, например территории опережающего социально-экономического развития, технопарки. Описаны механизмы реализации, с учетом возможностей регионального бюджета, определена система целевых показателей, позволяющих отслеживать степень достижения поставленных целей в краткосрочных периодах.

Кроме того, в Стратегии Кузбасса регион рассматривается не обособленно, в отрыве от остального мира, а как часть более крупной социально-экономической системы. Это позволяет определять существующие экономические ниши и формировать уникальные возможности развития для конкретной территории и Кузбасса, в целом.

При этом, согласно выводам полученным в результате проведенного ООО «Холдинг КИ ПИ АЙ» анализа существующих стратегий социально-экономического развития субъектов РФ, для эффективной реализации стратегии, необходимо создавать целостную систему стратегического управления в регионе, куда будут входить органы регионального и муниципального уровней, население, научное сообщество, бизнес- и экспертное сообщество.

Сделан вывод, что для эффективной работы этой системы важно, во-первых, создать систему персональной ответственности за достижение целей, заявленных в стратегии. Реализация стратегии должна находиться на постоянном контроле у первого лица региона.

Во-вторых, необходимо создать систему мониторинга реализации стратегии. Это означает, что документ необходимо ежегодно актуализировать с учетом изменений общей экономической ситуации в стране и мире, новых федеральных инициатив и фактически достигнутых результатов социально-экономического развития региона.

В-третьих, в реализацию стратегии особенно важно вовлекать органы местного самоуправления. Современная практика показывает, что именно от качества муниципального управления во многом зависит принятие инвестором решения о локализации производств на той или иной территории.

В целом, самым важным шагом вперед на пути к эффективному стратегическому управлению является осознание, что стратегия – это, по сути, публичный договор власти и общества и от исполнения сторонами своих обязательств во многом зависит имидж региона в глазах федеральных властей, населения и инвесторов.

Список использованных источников:

1. Концепция, технология и инструменты формирования управленческих решений в социально-экономической и технологической сферах субъектов Российской Федерации. Сборник материалов Проблемной рабочей группы по прогнозированию и стратегическому планированию социально-экономического развития российских регионов. – М., Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, 2005.

2. Смирнов Е. Л. Стратегия развития регионов: теория, практика, новые подходы. URL: <http://viperson.ru/articles/evgeniy-smirnov-strategiya-regionov-teoriya-praktika-i-novye-podhody> (дата обращения: 10.11.2020).

3. Федеральный закон от 28.06.2014 N 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/ (дата обращения: 10.11.2020).

4. Закон Кемеровской области от 11 июля 2008 года №74-ОЗ «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Кемеровской области до 2025 года». URL: <http://docs.cntd.ru/document/990308346> (дата обращения: 10.11.2020).

5. Стратегия социально-экономического развития Кемеровской области до 2025 года. URL: <http://docs.cntd.ru/document/990308346> (дата обращения: 10.11.2020).

6. Стратегия социально-экономического развития Кемеровской области до 2035 года. URL: <https://кузбасс-2035.рф> (дата обращения: 10.11.2020).

7. Закон Кемеровской области от 26.12.2018 года № 122-ОЗ «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Кемеровской области до 2035 года». URL: <http://docs.cntd.ru/document/550305101> (дата обращения: 10.11.2020).

8. Рейтинговое агентство «РИА Рейтинг». URL: <https://riarating.ru/infografika/20200602/630170513.html> (дата обращения: 10.11.2020).

ВЫБЕРИ МЕНЯ. ФОТО В ИНТЕРНЕТЕ КАК ЭЛЕМЕНТ МОБИЛИЗАЦИОННОЙ ПОВЕСТКИ КАНДИДАТА (ПО ИТОГАМ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ В ГОРСОВЕТ Г. НОВОСИБИРСКА)

Пустовойт Ю. А., к полит. н., доцент
Сибирской институт управления – филиал РАНХиГС¹
pustovoit1963@gmail.com

С 1960-х годов, когда были опубликованы работы Р. Барта, У. Эко, М. Маклюэна, сосредоточивших свое внимание на выявлении значений и расшифровке сообщений, передаваемых посредством не слов, а визуальных образов, анализ кино и фото-документов становится одним из наиболее перспективных направлений исследований социальных процессов. Идея о том, что «визуальное», эволюционно древнее (смотрим строение головного мозга) и по эмоциональному эффекту сильнее «вербального» (обращаемся к народной мудрости, где «лучше один раз увидеть...»), в настоящее время набирает все большую популярность. С приходом интернета и социальных сетей появилась возможность выделять и устанавливать социальные закономерности и стоящие за ними скрытые нормативные структуры уже не через анализ вербальных сообщений, а через сознательные и бессознательные формы индивидуальных и групповых саморепрезентаций. Конечно, остаются вопросы полисематичности образа, силы его воздействия, различий смыслов интерпретаций, кодиро-

¹ «Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта Интернет как комсомол. «Бумеры» и «миллениалы»: особенности конструирования, обсуждения и реализации мобилизационной повестки (опыт сравнительного анализа формирования политической идентичности в сибирских городах) № 20-011-31355 опн».

вания и декодирования сообщений, верификации и прочего комплекса методологических и методических проблем, на решение которых не претендует наш скромный текст, тем не менее, отметим, что в этом направлении уже сделаны определенные усилия и работы в области визуальной антропологии (см., например, сборники под редакцией С. С. Аванесова [1]), и интерпретациям фотоизображений Н. М. Богдановой, С. В. Поповой, которые снабжают нас некоторым набором оптик и инструментов для анализа визуального в рамках комплексного рассмотрения фотоизображений, включающего в себя семиотические, структурные, иконографические, герменевтические и дискурсивные подходы [2, 3].

В центре нашего внимания – «мобилизационная повестка», комплекс публичных печатных и аудиовизуальных высказываний, содержащий аргументированный перечень актуальных проблем и способов их разрешения, имеющий целью установление контроля политического сообщества над значимыми ресурсами (бюджетом, назначениями, доступом к СМИ). Содержательно мобилизационная повестка включает в себя перечень проблем, оценки, способы и ресурсы для их разрешения, аргументацию (логическую, пафосную и этическую) и служит одновременно стимулом и своеобразной картой действия для индивидов, групп и объединений. Следует различать мобилизационную повестку и повестку политическую. Последняя представляет собой определённый итог политической борьбы и означает относительно стабильный комплекс норм, на основе которых формируется состав властной коалиции и проводимый ей политический курс (*policy*), а мобилизационная относится к сфере политической борьбы, завоевания и удержания власти (*politis*). Понятие «мобилизации» заимствовано из работы Ч. Тилли, который рассматривает ее как процесс получения группового контроля над ресурсами, необходимыми для действия (рабочей силой, товарами, голосами).

Первым шагом мобилизации становится артикуляция именно тех проблем, которые наибольший круг избирателей узнает, как свои, оценивая их своевременность и приемлемость применяемых способов решения.

Ориентируясь на хорошо известные работы И. Гоффмана и его идею положительной саморепрезентации, мы рассматриваем фото политика (политиков) как подачу определенного мифа о себе (здесь привет Ролану Барту). Сопоставим снимки участников избирательной кампании лета - осени 2020 г. в Горсовет Новосибирска и, рассмотрим их как политические высказывания, сообщение человека о себе, своем окружении и планах на будущее. Напомним, что в 2020 г. в результате голосования «Единая Россия» провела 23 кандидатуры в Совет (из 47 выдвинутых), КПРФ – 8 (из 35), ЛДПР – 5 (из 47), «Коалиция Новосибирск 2020» – 4 депутата (из 31). Поддержка коалиции через проект «Умное голосование» обеспечил победу 14 кандидатам. В среднем явка была невысокой, около 20 процентов. «Коалиция Новосибирск 2020» была организована несистемными оппозиционными политиками различных идеологических взглядов г. Новосибирска вокруг штаба Навального.

Рассмотрим визуальную саморепрезентацию основных участников и победителей избирательной кампании этого года. Начнем с фото на ресурсах официальных коллективных объединений и партий и дальше перейдем к анализу персональных страниц и визуальных общедоступных сообщений. Наш анализ фото будет включать два параметра: контент и контекст. Начнем с того, что в фокус анализа помещаем содержание фото, последовательно отвечая на вопросы: кто (тело), что (расположение элементов на снимке), где и в чем (обстановка и одежда) и как (в движении, статике, поза) изображены на снимке. Далее интерпретируем изображение, отвечая на вопросы: каковы символические заявки изображения (о чем говорят предложенные знаки групповой принадлежности, символы и демонстрируемые эмоции) и какие мифологические сюжеты здесь задействованы (есть ли схожие по мотивам, композиции и каноническим образам изображения). В итоге анализа мы должны ответить на вопрос: Какая мобилизационная повестка (система целей, средств и норм) скрыта за снимком? Насколько предлагаемые снимки отражают системы культурного, социального, экономического неравенства капиталов? Какие еще классовые, этнические, гендерные или поколенческие различия можно уловить через анализ визуальных объектов?

В этом материале мы покажем только качественную сторону нашего анализа, отметив, что данные сервисов «Google Trends» и «IQBuzz» еще раз подтверждают вывод, что для победы кандидата канал и частота обращений имеют определяющее значение. Быть в фокусе внимания важнее, чем обладать опытом и репутацией, число появлений и выступлений на разных площадках увеличивают шансы на успех даже в достаточно стабильных электоральных округах. Мы начинали отбор с фото на официальных сайтах партий и объединений, затем выбирали наиболее известные кейсы и субъектов, которые вызвали интерес и попадали в фокус внимания медиа, просматривали фото на персональных страницах сетей (ВКонтакте, Фейсбук и Инстаграм) и, в отдельных случаях, дополняли тем фото и видео контентом, который находят поисковые системы.

Начнем с материалов, предоставленных на дату исследования (15 ноября 2020 г.), поданных от «Коалиции Новосибирск 2020» и расположенных в сети Инстаграм (322 публикации, 5460 подписчиков). Общая – тенденция совмещение фотографий, агитационных материалов и статей о коалиции. Обычно более старшие по возрасту лидеры коалиции на снимках в свободной одежде, молодые в более строгой. Фото с митингов и пикетов занимают в различные периоды от трети до пятой части видимого объема. Символов престижа, богатства и власти практически нет, кроме тех случаев, когда они сопровождают фото политических противников. Мы выбрали семь человек из коалиции (Сергей Бойко, Ростислав Антонов, Светлана Каверзина, Антон Картавин, Хельга Пирогова, Алексей Мазур и Вячеслав Якименко) и просмотрели фотоматериал на их персональных страницах. В целом общий смысл сообщений следующий. Мы (я) разные (по стилю все персональные страницы имеют больше различий, чем сходств), мы (я) открыты (очень мало официальных и формальных фото,

часто запечатлены самые разные эмоции), мы (я) работаем на новосибирцев (руки как деталь и городские сюжеты на фото) и мы (я) в конфликте (политические оппоненты и власть, как правило, на фото сняты в более темных тонах). В общем, если кратко сформулировать миф, то это будет что-то вроде: «простые воины света против большой и хорошо организованной машины власти, творящей безобразия» с отсылками к классическим темам и видеорядам Толкиена, Роулинг и «Звездных войн».

Фото на официальном сайте «Единой России» в приложениях (в инстаграме 2087 публикаций и 1917 подписчиков) и персональных страницах депутатов выдержаны в официальном, «протокольном формате». Обычный сюжет: герой (снимка) и женщина (женщины). Неформальная одежда – редкость. Она, разумеется, чаще встречается на персональных страницах и то эта неформальность выдержана в стиле «без галстука», как правило, в дорогом пиджаке. Темы: совещания (за столом), встречи с народом (в касках), открытия (перерезание ленточек). Из цветов преобладает синий фон, из персон – губернатор и лидеры партии (по иерархии). Персональные страницы и фото наиболее известных городских единороссов: Анатолия Джулая, Сергея Бондаренко, Кирилла Покровского, Дмитрия Асанцева, Евгения Яковенко, как правило, соответствуют сложившемуся имиджу. Нет неформальных снимков. Часто присутствует символика государства, символы государственной и (или) муниципальной власти, награды, военная атрибутика и исторические объекты. Из эмоций чаще всего демонстрируется то, что можно обозначить как внимание и озабоченность, улыбок практически нет. Жители в основном представлены как участники производственных, спортивных и творческих коллективов в соответствующем одеянии. В общем миф о «демиурге», о работающей и направляющей всех и вся понимающей власти.

Визуальный образ КПРФ сложился на основании фото, расположенных на официальном сайте и страниц кандидатов и депутатов (Ерлана Байжанова, Виктора Стрельникова, Антона Бурмистрова, Георгия Андреева, Александра Бурмистрова, Павла Горшкова, Рената Сулейманова). Новосибирское отделение КПРФ достаточно активно в социальных сетях (Инстаграм – 1252 публикации и 3383 подписчика). Здесь изображение состоит из двух частей: верх – тема (образ) и внизу снимка – краткая оценка. Какой бы сюжет не был взят за основу, здесь редко когда отсутствует красный цвет (ленточка, плакат, майка, кепка и т. д.). Как правило признаки статуса и власти отсутствуют, много фото с пожилыми людьми. Интересны снимки на персональных страницах. Они очень персонализированы и разнообразны и по сюжетам, уровню профессионализма и по эмоциям. Причем, у более молодых депутатов партийная визуальная символика практически не присутствует. Некоторые материалы можно спокойно переносить в иные идеологические объединения без особых изменений. В общем что-то вроде магии, в основе которой миф об «утраченном прошлом» о чем мы активно рассказываем и в возвращение которого призываем поверить.

Насколько эффективны по мобилизационному эффекту предложенные партиями и объединениями их сетевые «аватары». Ответ на этот вопрос требует дополнительного и серьезного изучения и работы в различных аудиториях и фокус-группах. Пока можно утверждать, что в основе успеха не столько слово, сколько удачный образ (хотя здесь есть интересные исключения), не столько экономический капитал, сколько культурный, не столько опыт, сколько молодость. Большинство победителей в сложной конкурентной борьбе относятся к поколению милениаллов, серьезная часть проигравших – бумеры, социализация которых приходилась на «годы застоя».

Список использованных источников:

1. Аванесов С. С. Что можно называть визуальной семиотикой? // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. – 2014. – №. 1. – С. 10-22.
2. Богданова Н. М. Фотография как инструмент социологического анализа практик конструирования визуальной самопрезентации // ЖССА. – 2012. – № 2. – С. 98-113.
3. Попова О. В. Фотография как объект политологического анализа // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Политология. Международные отношения. – 2010. – №. 1. – С. 101-112.

ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ В ПРОЦЕССЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ ПАРТИЙ С ГРАЖДАНАМИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Савина Е. В., аспирант
Тульский государственный университет
ekaterina.savina.1993@gmail.com

Ключевыми критериями эффективности развития политической системы являются ее способность к формированию условий для трансформационных изменений устоявшихся неформальных норм и отношений, а также способность к общественной мобилизации и к организации новых инновационных процессов [1, С. 110.].

Сегодня в период массовой цифровизации общества информационно-телекоммуникационная сеть Интернет активно внедряется в политическую сферу, что привело к изменению традиционных представлений о способах и технологиях политической коммуникации. Понимание и анализ специфики интернет-коммуникаций, а также умение выстраивать информационно-агитационную работу в интернет-пространстве становится залогом успешности деятельности политических партий. Эффективность данной работы обусловлена использованием таких инструментов, как ведение официального сайта политической партии и аккаунтов в социальных сетях, а также систематическая

публикация информационных материалов в электронных СМИ и другие [2, С. 342].

Одним из ключевых механизмов повышения эффективности политической коммуникации с населением является расширение форматов распространения информации о партийной деятельности при использовании интернет-ресурсов [2, С. 344].

В связи с этим возникает необходимость комплексного использования партиями традиционных каналов при сочетании возможностей информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Сочетание регулярности и доступности с гибкостью, массовостью и высокой скоростью способно создать необходимые условия для повышения уровня доверия граждан к деятельности партий, тем самым повысив значимость данного политического института [3, С. 60].

Сайты российских политических партий имеют достаточно четко отработанные формы и методы структурирования ресурсов и характеризуются системностью изложения информации. По состоянию на октябрь 2018 года, в рейтинге LiveInternet посещаемости сайтов политических партий на первом месте находится сайт партии «Единая Россия» (309,2 тыс. посетителей в месяц), на втором месте – сайт КПРФ (114,5 тыс. посетителей), на третьем – ЛДПР (112,6 тыс. посетителей в месяц) [4].

Наряду с сайтом политические партии могут взаимодействовать с избирателями посредством упоминания об их деятельности электронных СМИ. В процессе анализа электронных СМИ с помощью агрегатора «Яндекс.Новости» за декабрь 2018 года было выявлено, что наиболее упоминаемыми в электронных СМИ являются парламентские партии: «Единая Россия» (18273), КПРФ (7078), ЛДПР (5512), «Справедливая Россия» (4794). За ними следует партия «Гражданская платформа» (2218), которая относится к группе новых партий. В десять наиболее упоминаемых также входят партии «Патриоты России» (753), «Яблоко» (747), «Родина» (696), «РПР-ПАРНАС» (423), «Альянс зеленых – Народная партия» (366) [5].

По результатам исследования Фонда развития гражданского общества (ФОРГО), самыми активными партиями в социальных медиа являются «Единая Россия», ЛДПР, КПРФ, «Яблоко», «Справедливая Россия», «Гражданская платформа» и «Партия роста» – половина участвующих в избирательной кампании 2016 года [5].

В настоящее время ВК является социальной сетью с самой большой аудиторией политической партии «Единая Россия» (103,5 тыс. подписчиков), на втором месте – «Одноклассники» (64,9 тыс. участников), на третьем – Instagram (47,2 тыс. подписчиков). ЛДПР обгоняет «партию власти» по числу подписчиков в социальной сети ВК (109,3 тыс. подписчиков), отличается высокой пользовательской активностью, а также множеством форумов, голосований, видео- и фотоматериалов. КПРФ представлена во всех социальных сетях (ВК – 71 тыс. подписчиков, «Одноклассники» – 71,8 тыс. участников, Facebook –

4,3 тыс. человек), в том числе и в Instagram (1,7 тыс. подписчиков), что свидетельствует о ее желании привлечь молодежь в состав электората. «Справедливая Россия» наиболее активно функционирует в социальной сети «Одноклассники» (8,2 тыс. участников). Количество подписчиков во всех социальных сетях очень низкое (ВК – 20,8 тыс. подписчиков, Instagram – 8,8 тыс. подписчиков, Facebook – 24,2 тыс. подписчиков), что связано с неупорядоченной подачей информации – как по содержанию, так и по форме.

Таким образом, на сегодняшний день применение интернет-технологий в деятельности политических партий предоставляет возможности для установления эффективной политической коммуникации с гражданами. Однако российские партии применяют интернет-технологии в качестве инструмента, дающего преимущества в борьбе за власть.

Список использованных источников

1. Батанина И. А., Бродовская Е. В. Категории «ценности» и «ценностные ориентации» в дискурсе политологического сообщества: к истории вопроса // Среднерусский вестник общественных наук. – 2013. – № 3. – С. 110-123.

2. Володенков С. В. Влияние технологий интернет-коммуникаций на современные общественно-политические процессы: сценарии, вызовы и акторы // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2019. – № 5 (153). – 341-365.

3. Чугунов А. В. Взаимодействие граждан с властью как канал обратной связи в институциональной среде электронного участия // Власть. – 2017. – № 10. – С. 59-67.

4. LiveInternet: Рейтинг сайтов. URL: <https://www.liveinternet.ru/rating/> (дата обращения: 27.10.2020).

5. Выборы 2016: основные итоги предэлекторального этапа и его влияние на результаты избирательной кампании. Доклад Фонда развития гражданского общества (ФОРГО). URL: <http://civilfund.ru/mat/view/102> (дата обращения: 03.01.2020).

6. Балашов А. Н. Интернет-активность российских политических партий: политологический анализ. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-aktivnost-rossiyskih-politicheskikh-partiy-politologicheskiiy-analiz> (дата обращения: 03.01.2020).

ПРОБЛЕМЫ ДИСТАНЦИОННОГО ЭЛЕКТРОННОГО ГОЛОСОВАНИЯ В РОССИИ НА ПРИМЕРЕ ВЫБОРОВ В МОСКОВСКУЮ ГОРОДСКУЮ ДУМУ VII СОЗЫВА 2019 Г. И ГОЛОСОВАНИЯ ПО ВНЕСЕНИЮ ПОПРАВОК В КОНСТИТУЦИЮ 2020 Г.

Старков К. Д., студент

Научный руководитель – Гришин Н. В., д. полит. н., профессор
Санкт-Петербургский государственный университет
kirstarkov@mail.ru

Для относительно консервативного российского избирательного процесса юридически оформленное использование технологии электронного дистанционного голосования стало смелым экспериментом, ведь ранее Россия практически не имела подобного опыта. 8 сентября 2019 года прошли выборы в Московскую городскую Думу VII созыва, где у граждан трёх избирательных округов появилась возможность проголосовать вне избирательного участка через интернет. Эксперимент провели в трёх избирательных округах Москвы: округ № 1 (Зеленоград), округ № 10 (Бибирево, Лианозово, Северный) и округ № 30 (Чертаново Центральное и Чертаново Южное) [1].

На Всероссийском голосовании по внесению поправок в Конституцию РФ 2020 г. возможность проголосовать онлайн появилась у жителей двух регионов – Москвы и Нижегородской области [2].

Справедливости ради стоит отметить, что небольшой опыт проведения электронного дистанционного голосования в России уже был. Впервые в 2008 г. на муниципальном уровне в Новомосковске Тульской области, а также в марте 2009 г. во Владимирской, Волгоградской, Вологодской, Томской областях, Ханты-Мансийском автономном округе - Югре. Но и здесь стоит оговориться и уточнить, что голосование в перечисленных шести регионах (при помощи CD-дисков, одноразовых сим-карт, телефонов и компьютеров) законодательно не имело юридических обязательств для признания его итогов, а потому являлось лишь разновидностью социологического опроса избирателей [3].

Безусловно электронное дистанционное голосование на выборах в Мосгордуму в 2019 г. и при голосовании по поправкам в Конституцию 2020 г. дало беспрецедентный опыт нового для России способа проведения выборов. Однако помимо, на первый взгляд, положительных моментов, вроде явки, превысившей 90 % от числа зарегистрированных избирателей на обоих выборах, были выявлены и значительные проблемы, некоторые из которых послужили поводом для судебных разбирательств.

Так, электронное дистанционное голосование на выборах в Московскую городскую Думу VII созыва на момент окончания выборов показало явку в 92,3 % от числа зарегистрировавшихся для участия в электронном голосовании. При этом на традиционные участки пришли 21,77 % избирателей [4]. С одной стороны, столь высокая явка на электронном голосовании может гово-

речь о существенной заинтересованности граждан в применении новой технологии, а ведь именно это было одной из задач эксперимента [5]. Однако подобное положение дел стало одной из причин, по которой независимый кандидат Р. Юнеман от округа № 30 был вынужден обжаловать результаты дистанционного электронного голосования в своём округе [6]. По результатам дистанционного электронного голосования, Р. Юнеман проиграл административному кандидату М. Русецкой в соотношении 19,14 % (за Юнемана) к 47,12 % (за Русецкую). Однако на классических избирательных участках подобного разброса не было. Р. Юнеман получил больше голосов, чем М. Русецкая в 45 из 72 УИКов в районах Центральное Чертаново и Южное Чертаново [7]. В общем итоге, с учетом очных участков и электронного дистанционного голосования, М. Русецкая получила 9645 голосов, а Р. Юнеман 9561 голос, то есть разница составила 84 голоса или 0,87 %. Сложившуюся ситуацию проигравший кандидат связывает с технической уязвимостью системы дистанционного электронного голосования, которая в течение дня выборов как минимум дважды давала сбой. Первый раз из-за проблем в оборудовании, производящем шифрование, и второй раз, когда разработчики системы сами выключили её для перезагрузки.

Нельзя не затронуть и правовые проблемы, выявленные в организации дистанционного электронного голосования. Так, закон города Москвы «О проведении эксперимента по организации и осуществлению дистанционного электронного голосования на выборах депутатов Московской городской Думы седьмого созыва» [8] был принят с опорой на Федеральный закон «О проведении эксперимента по организации и осуществлению дистанционного электронного голосования на выборах депутатов Московской городской Думы седьмого созыва» [9]. Об этом говорится в законе, принятом Мосгордумой. Однако у Московской городской думы не было на то правовых оснований, так как Федеральный закон был официально опубликован и вступил в силу только 29 мая 2019 г., в свою очередь, закон города Москвы был опубликован и вступил в силу 22 мая 2019 г.

Также важную уязвимость электронного дистанционного голосования отметил Роман Юнеман и его команда [10]. Они обратили внимание на доминирующую роль Департамента Информационных технологий (далее ДИТ) города Москва перед участковой избирательной комиссией дистанционного электронного голосования (далее УИК ДЭГ). Это проявлялось в том, что УИК ДЭГ не участвовала в обработке заявок избирателей, а также составлении списка избирателей. УИК ДЭГ имела полномочия по уточнению списка, но для этого требовалось делать запрос в ДИТ. Помимо этого, УИК ДЭГ не могла самостоятельно контролировать ход голосования, так как портал контролировался ДИТ и наконец протокол об итогах электронного дистанционного голосования был получен УИК ДЭГ от ДИТ, что открывает возможности для подмены полученных результатов перед отправлением в УИК ДЭГ [10]. Всё это в совокупности ставит под вопрос независимость УИК ДЭГ.

В некоторой степени схожий спектр проблем электронного дистанционного голосования возник и при голосовании по поправкам в Конституцию РФ 2020 г., где явка в двух регионах-участниках – Москве и Нижегородской области – достигла 93,02 % от числа подавших заявление [11]. Это объективно высокий результат, который вызвал вполне резонные подозрения у скептиков. В первую очередь, в связи с выходом электронного дистанционного голосования с регионального на федеральный уровень, стала наиболее актуальна проблема обеспечения тайны волеизъявления. Если на очных участках за избирательным процессом следят члены комиссии и наблюдатели, которые, вероятнее всего, не позволят зайти в кабинку для голосования нескольким избирателям, то в условиях интернет-голосования подобные инструменты контроля невозможны. Это не исключает возможности того, что избиратель будет голосовать под прямым влиянием родственников, друзей или начальства.

Целый спектр вопросов возник у независимых технических специалистов к системе «Блокчейн», которая по заверению организаторов должна гарантировать прозрачность и безопасность голосования [12]. Так, директор по распространению технологий Яндекс Григорий Бакунов в интервью для «Эха Москвы» отметил, что технология «блокчейн» на электронном дистанционном голосовании была выполнена на фиктивном уровне [13]. Одним из аргументов эксперта стало то, что вся система «валидаторов», которая является частью «блокчейна» и при помощи кода фиксирует полученные данные о выборе гражданина принадлежит государству, что теоретически позволяет вносить любые изменения в «блокчейн». Проследить за тем, чтобы подобных «изменений» не произошло также достаточно проблематично, так как некоторые функции «блокчейна», которые позволяли это сделать, были убраны организаторами. Например, была убрана функция «Anchoring», суть которой заключалась в том, что через определенные промежутки времени в независимом «блокчейне» (например, в «блокчейне» Bitcoin) могли бы фиксироваться все транзакции, проходившие по «блокчейну», принадлежавшему государству, то есть, сделанному специально для электронного дистанционного голосования.

Таким образом, технические специалисты из числа наблюдателей после подсчета голосов могли бы сравнить полученные результаты с теми, которые «отложились» на независимом «блокчейне». Не была также реализована функция «Контроля развертывания», суть которой заключается в том, что при создании нового «блокчейна» (в данном случае конкретно для электронного дистанционного голосования) сервера контролируют технические специалисты, которые следят за тем, чтобы в новом «блокчейне» не было уже заранее внесённой информации о транзакциях («вброшенных» электронных голосов). Таким образом, фактически у специалистов-наблюдателей была возможность следить за проходящими в «блокчейне» транзакциями (то есть, следить за появлением новых проголосовавших, но без доступа к идентификации личности и их выбору), однако не было никакой возможности для проверки отсутствия «вброшенных» электронных голосов в «блокчейне» на момент его создания.

В этом же контексте стоит затронуть и проблему анонимности выбора. Формально электронное дистанционное голосование давало возможность проголосовать на одном из государственных сайтов: «Mos.ru» или «Госуслуги». В браузере зарегистрированного избирателя генерировался персональный бюллетень с кодом (теоретически, известный только гражданину и неизвестный указанным сайтам), но впоследствии, после голосования, этот код отправлялся на сервера, которые принадлежат органам, подчиняющимся Правительству [13]. Фактически это означает, что этим органам становится известно о самом факте голосования гражданином, но всё-таки не о сделанном им выборе. Однако и здесь существует некоторая тонкость. Перед началом электронного дистанционного голосования ключи для расшифровки кодов с бюллетенями (с информацией о гражданине и сделанном им выборе) были разделены между пятью людьми, связанными с государственной властью, которые по окончании голосования должны объединить эти ключи и получить доступ к расшифровке полученных данных [14]. Возникает резонное опасение: не была ли заранее сделана копия итогового ключа или отдельные копии ключей, что суть одно и то же, чтобы в случае утери одного из пяти ключей, всё равно можно было получить доступ к итоговой расшифровке? Если таковая копия была сделана, то теоретически подотчетный Правительству орган, обладающий ключом, может иметь полный доступ к электронным бюллетеням граждан ещё до окончания голосования и соответственно знать об их выборе, незаконно уведомлять нужные организации и т. д.

С электронным дистанционным голосованием по поправкам в Конституцию РФ 2020 г. было также связано расследование телеканала «Дождь» о незаконной раздаче сим-карт гражданам, которые за деньги регистрировали аккаунты на сайте Mos.ru, и используя полученные персональные данные (в том числе чужие паспортные данные), отдавали свой голос за поправки Конституцию [15]. Данную акцию прокомментировал глава штаба по наблюдению за голосованием в Москве Илья Массух в интервью для «Эха Москвы» [16]. По его мнению, большинство подобных аккаунтов не смогут пройти верификацию аккаунта и им будет закрыт доступ для голосования, а в будущем эта проблема будет решена тем, что голосовать смогут только те пользователи, которые подтвердили свою личность при помощи паспорта в МФЦ.

Отдельно стоит отметить и такую проблему, как верификация электронного голоса избирателя. То есть, каким образом избиратель может проверить, что его голос учтён системой корректно. Теоретически это можно было бы обеспечить при помощи личного кода, который генерируется у каждого избирателя в браузере на сайте «Mos.ru» или «Госуслуги», однако реализация данной функции даст доступ и самим сайтам к этой информации. Глава штаба по наблюдению за голосованием в Москве Илья Массух прокомментировал эту проблему, заверив, что работа над её решением ведётся, но законодательно пока что эта функция не закреплена, так как существует противоречие между стремлением граждан к верификации собственного голоса и стремлением к

анонимности, то есть нежеланием давать доступ к своему голосу сайтам «Mos.ru» или «Госуслуги» [16].

Формально общий список проблем электронного дистанционного голосования можно разделить на юридические и технические.

Основной юридической проблемой является *слабая разработанность правовой базы электронного дистанционного голосования*, что не только подвергает опасности избирательные права граждан, но и не всегда позволяет их корректно осуществлять, а также увеличивает риск фальсификаций при проведении электронного дистанционного голосования, так как многие его аспекты ещё не регламентированы.

К техническим проблемам можно отнести:

1. *Низкий уровень программного обеспечения*. Это подтверждает ряд сбоев в его работе во время проведения электронного дистанционного голосования.

2. *Низкая квалификация кадров, работавших над системой электронного дистанционного голосования*, что является следствием первой проблемы

3. *Низкий уровень прозрачности и открытости электронного дистанционного голосования*. Несмотря на заверения организаторов об использовании технологии «блокчейн», которая обеспечивает безопасность, независимое экспертное сообщество выявило явные пробелы в реализации системы. Это повышает возможности фальсификаций, затрудняет работу наблюдателей и повышает риски нарушений избирательных прав граждан.

Так или иначе внедрение электронного дистанционного голосования, безусловно, является положительной инновацией в российском избирательном процессе. В первую очередь, это серьёзный пласт эмпирических данных и опыта, требующих обработки и использования в целях модернизации избирательных технологий. И безусловно, это даёт конкретный вектор развития цифрового голосования, что открывает целую область для новых теоретических и прикладных исследований и разработок.

Список использованных источников:

1. Дистанционное электронное голосование. Центральная избирательная комиссия Российской Федерации. URL: <http://www.cikrf.ru/analog/ediny-den-golosovaniya-2019/distantcionnoe-elektronnoe-golosovanie/> (дата обращения: 09.07.2020).

2. Состоялось 251-е заседание центральной избирательной комиссии Российской Федерации. Центральная избирательная комиссия Российской Федерации. URL: <http://www.cikrf.ru/news/cec/46366/> (дата обращения: 09.07.2020).

3. Павлушкин А. В., Постников А. Е. Правовой механизм дистанционного электронного голосования (анализ возможной модели) // Журнал российского права. – 2009. – № 11. – С. 5-13.

4. Накликали победу // Российская газета. – 2019. – 9 сентября. URL: <https://rg.ru/2019/09/09/reg-cfo/v-moskve-podveli-itogi-eksperimenta-s-elektronnym-golosovaniem.html> (дата обращения: 09.07.2020).

5. Дистанционное электронное голосование: задачи и перспективы эксперимента обсудили в Государственной Думе. Центральная избирательная комиссия Российской Федерации. URL: <http://www.cikrf.ru/news/cec/42711/> (дата обращения: 09.07.2020).

6. Электронное голосование на выборах в Мосгордуму станет поводом для судебных разбирательств // Ведомости. – 2019. – 10 сентября. URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2019/09/10/810968-elektronnoe-golosovanie> (дата обращения: 09.07.2020).

7. Московская городская избирательная комиссия. URL: http://www.moscow_city.vybory.izbirkom.ru/region/region/moscow_city?action=show&root=772000128&tvd=27720002327868&vrn=27720002327736®ion=77&global=null&sub_region=77&prver=0&pronetvd=null&cuiknum=null&type=424 (дата обращения: 09.07.2020).

8. Закон города Москва от 22.05.2019 № 18 «О проведении эксперимента по организации и осуществлению дистанционного электронного голосования на выборах депутатов Московской городской Думы седьмого созыва». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/49557666/> (дата обращения: 09.07.2020).

9. Федеральный закон от 29.05.2019 № 103-ФЗ «О проведении эксперимента по организации и осуществлению дистанционного электронного голосования на выборах депутатов Московской городской Думы седьмого созыва». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_325552/ (дата обращения: 09.07.2020).

10. Электронное голосование. Риски и уязвимости. URL: <https://evoting.ru/> (дата обращения: 09.07.2020).

11. Завершено дистанционное электронное голосование по вопросу одобрения изменений в Конституцию Российской Федерации. Центральная избирательная комиссия Российской Федерации. URL: <http://www.cikrf.ru/news/cec/46726/> (дата обращения 09.07.2020).

12. Открыто электронное голосование по внесению поправок в Конституцию России. URL: https://www.mos.ru/news/item/76094073/?utm_source=search&utm_term=serp (дата обращения: 10.07.2020).

13. Точка. Электронное голосование, развод Яндекса и Сбера, утечка базы Telegram. [видеозапись]. Youtube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hw58d5-JMcc&t=1070s> (дата обращения: 10.07.2020).

14. Конституция-2020: ключи для расшифровки онлайн голосов передали пятерым хранителям. URL: <https://www.vesti.ru/article/2423736> (дата обращения: 10.07.2020).

15. Регистрация – 75 рублей, голос – 50 рублей. Дождь выяснил, как покупают голоса за поправки в Конституцию [видеозапись]. URL:

https://tvrain.ru/teleshov/vechernee_shou/baev-510779/ (дата обращения: 10.07.2020).

16. Точка. Разблокировка Telegram, электронное голосование, «убийца Zoom» от Яндекса [видеозапись]. Youtube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=DoObOTPA1Io&list=PL_jfcv6IJ-rQOEwwfZ3NF26CFj570kQxp&index=3 (дата обращения: 10.07.2020).

КИБЕРСИН В ЧИЛИ КАК ПРООБРАЗ КОМПЬЮТЕРИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКОЙ

Уперчук Р. А., студент

Сачук Д. В., студент

Научный руководитель – Куприянычева Э. Б, к. филос. н., доцент Самарский национальный исследовательский университет имени ака-

демика С. П. Королёва

uperchuk.roman@yandex.ru

С момента появления электронных вычислительных машин (ЭВМ) в 1940-1950-х гг. специалистами выдвигались идеи о возможности их применения для управления сложными системами. При этом рассматривались не только сложные технические системы, но и социальные. Идея создания ЭВМ, которая могла бы управлять государственными процессами, была особенно актуальна для государств с плановой экономикой, поскольку в данном случае качественное управление тысячами предприятий с рациональным распределением ресурсов и регулированием процессов требовало значительных умственных усилий. Одним из реализованных на практике проектов подобных систем управления можно считать Киберсин, созданный по решению президента Чили Сальвадора Альенде (1908-1973 гг.).

Актуальность исследования обеспечивает мировая тенденция движения общества к кибернетической цивилизации, что требует от специалистов соответствующих областей выдвижения новых, совершенствования и аналитического рассмотрения уже существовавших проектов систем управления.

Начало работы над созданием проекта Киберсин связано с выдвижением Сальвадора Альенде на пост президента Чили в 1970 г. Будучи технократом, он интересовался идеей управления государственными процессами при помощи ЭВМ и для реализации данной цели им был приглашен английский кибернетик Стаффорд Бир (1926-2002 гг.) Будучи известен на весь мир как ведущий специалист в области исследования операций, он приступил к разработке автоматизированной системы реорганизации экономики в форме пятиуровневой жизнеспособной системы. По плану учёного, в качестве жизнеспособной системы наивысшего уровня выступало государство в лице президента или министра экономики, ниже располагались отрасли в лице замминистра экономики с подчинёнными ему соответствующими комитетами, а оставшиеся

уровни были заняты (в порядке понижения ранга) предприятиями, заводами, цехами и отдельными рабочими.

Киберсин (Cybersyn) получил свое название от словосочетания «кибернетический синергизм». Он вошел в историю в качестве прообраза современной технологии управления основными данными (MasterData Management) и электронного обмена данными (EDI). «Мозгом» системы выступили два компьютера: IBM System/360 в качестве центрального процессора и Burroughs 3500 – хранилища данных. Для обработки поступающих данных были организованы диспетчерские центры в Сантьяго. При разработке Киберсина Стаффорд Бир руководствовался моделью жизнеспособной системы (VSM), функционирующей по подобию нервной системы человека [1, С. 10]. Киберсином было охвачено 70 % предприятий, закладывавших основу чилийской экономики. По своей идее и направленности Киберсин аналогичен идее ОГАС В. М. Глушкова [2, С. 307]. Создатели обоих проектов стремились создать комбинацию строгого планового подхода и индивидуальной свободы, что предполагало вовлечение рабочих в индустриальный менеджмент. При этом система Киберсин сочетала в себе более высокий уровень информационной открытости и более низкую роль бюрократического аппарата при организации процессов. В то же время его технологическая база была ограничена и несовершенна, что и помешало системе сразу заработать на полную мощность [3, С. 75].

Согласно структурной схеме Киберсин подразделялся на Кибернет (Cybernet), Киберстрайд (Cyberstride), СНЕСО и Ситуационную комнату (Opsroom). Кибернетом называлась сеть телексов (аналогов телеграфа), размещённых на предприятиях для индексной передачи данных, разработанная для взаимосвязи предприятий друг с другом и с центром. Программное обеспечение для Киберсина, Киберстрайд, было предназначено для выработки сигналов опасности и предсказания изменений в системе. Система СНЕСО (Chilian Economic Simulator) представлял собой модель всей чилийской экономики, которая включала подмодели создания национального дохода, инфляции и международного торгового обмена. СНЕСО, обрабатывая данные, поступающие с предприятий в реальном времени, мог выполнять детальное математическое моделирование экономики страны и выдавать прогнозы на десятилетие вперёд. Четвёртой составляющей Киберсина после Кибернета, Киберстрайда и СНЕСО была Ситуационная комната. Она представляла собой шестиугольный зал с внутренним диаметром 10 метров, на стенах которого были спроектированы экраны. На одной из стен экран позволял просмотреть каталог со всеми предприятиями, соединёнными в Кибернет, и отобразить их данные в виде графиков и диаграмм. Операторы комнаты с помощью клавиш, вмонтированных в подлокотники вращающихся кресел, должны были в реальном времени подстраивать экономику страны [4, С. 75-76].

Внимания заслуживает идея Бира о создании связи между правительством и населением на основе опроса общественного мнения с односложными ответами: «нравится/не нравится». Один из экранов Ситуационной комнаты был зарезервирован для отображения информации об отношении населения к

текущей работе Киберсина. Количество ответов посредством вычислений переводилось в движение стрелки по шкале, отображавшей состояние населения от полного уныния до абсолютного счастья. Данное устройство получило название альгедометр, а сам метод социальных исследований – альгедонический. Исследователями предполагалось, что данный метод позволяет получить объективную и непрерывную картину реакции граждан на государственные реформы.

Примечательной особенностью Ситуационной комнаты был запрет на её посещение с бумагами в пользу визуализации данных, а также потому, что она должна была представлять собой своеобразный дискуссионный клуб. Таким образом, ещё в начале 1970-х гг. был сделан шаг в сторону современной тенденции No paper.

Система Бира показала свою жизнеспособность во время забастовок 1972 г., когда благодаря круглосуточному управлению в Ситуационной комнате и диспетчерских центрах кабинету министров и высшему промышленному руководству Чили удалось сохранить снабжение страны топливом и продовольствием, задействовав всего 10-30 % от общего парка грузовиков. Помимо всего прочего, это продемонстрировало, по мнению руководства страны, чудовищную неэффективность и избыточность механизмов традиционной рыночной экономики мелкобуржуазного сектора.

Киберсин проработал не в полную мощность вплоть до военного переворота, организованного чилийскими военными под руководством Аугусто Пиночета (1915-2006 гг.) и поддержке США. По его приказу система была взорвана за ненужностью, так как существовавшие классические капиталистические механизмы выделялись в качестве самых совершенных для регулирования экономики. Таким образом, Киберсин вошел в историю как смелая попытка реализации идей о компьютерном управлении экономическими процессами, и многие его аспекты актуальны для подробного изучения по сей день и исследования возможности их использования для модернизации существующих экономических систем государств.

Список использованных источников:

1. Отоцкий Л. Н. VSM Стаффорда Бира как фундамент нового поколения СППР / Матеріали п'ятої наук.-практ. конф. з міжнар. участю «Системи підтримки прийняття рішень. Теорія і практика». – Киев, 2009. – С. 10-13.

2. Мальцев Д. С., Прокопенко Р. В. Аналитический обзор развития методологии больших информационных комплексов в экономике // Научный вестник Донбасской государственной машиностроительной академии. – 2012. – №. 1. – С. 305-311.

3. Орлов А. И. Цифровая экономика, инновации в менеджменте и идеи Аристотеля // Инновации в менеджменте. – 2019. – №. 2. – С. 74-79.

4. Espejo R. Cybernetics of Governance: The Cybersyn Project 1971–1973 // Social Systems and Design. – Springer. – 2014. – С. 71-90.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СРЕДСТВО ВОВЛЕЧЕНИЯ ИНСТИТУТОВ ПУБЛИЧНОЙ ВЛАСТИ В ПОЛИТИЧЕСКУЮ ПОВЕСТКУ

Власова К. В., медиа-аналитик «М13»

Чучкин М. Ю., студент

Научный руководитель – Коновалов А. Б., д. ист. н., профессор

Кемеровский государственный университет

maksim050897@mail.ru

На современном этапе всё больший интерес в рамках научных изысканий вызывают новые информационные технологии. За последние несколько лет данный феномен прошёл несколько стадий в своём развитии и распространении. Информационные технологии в значительной степени видоизменились и стали служить не только средством передачи информации, но и средством ее сбора. Указанный факт актуализирует и масштабирует формы и уровни применения информационных технологий.

В данной статье рассматриваются информационные технологии, с помощью которых возможно практически одновременно создавать, получать, обрабатывать и анализировать целостную информационную картину. Внимание в большей степени фокусируется на сети «Интернет». Рассматривая такой феномен как Интернет сквозь призму политической науки, стоит указать на тот факт, что посредством обращения к указанной системе, значительная часть населения может получать конъюнктурную информацию о политических партиях, органах публичной власти и местного самоуправления, и других участниках политического процесса в режиме online. Одной из главных особенностей системы Интернет является практически мгновенная двухсторонняя коммуникация, что является особенно актуальным в современном ультраскоростном мире. Стоит отметить, что столь высокая динамика развития политических и различного рода общественных отношений является одновременно как причиной, так и следствием повышенной популярности и актуальности сети «интернет». В отличие от традиционных информационных технологий таких как газеты, ТВ-программы, радио и прочие ресурсы – Интернет позволяет в кратчайшие сроки размещать информацию и получать обратный отклик, и в случае неудачной информационной коммуникации достаточно быстро менять информационную повестку [1, С. 169]. Актуальность применения данных технологий свидетельствует о неоспоримых достижениях информационного прогресса и информационного общества в целом.

Описанное в рамках работы положение подтверждается следующими аргументами:

1. Число пользователей сети «Интернет» среди россиян старше 16 лет в 2019 году выросло с 91 млн до 94,4 млн человек – на данном этапе «в онлайн» прибывают около 79,8 % взрослого населения страны (по данным аналитического агентства GfK) [2].

2. По уровню доступа к информационным технологиям Российская Федерация уверенно удерживает позиции в верхней трети рейтинга (Российская Федерация находится на 48-м месте из 159 стран), и это наивысший результат среди стран СНГ.

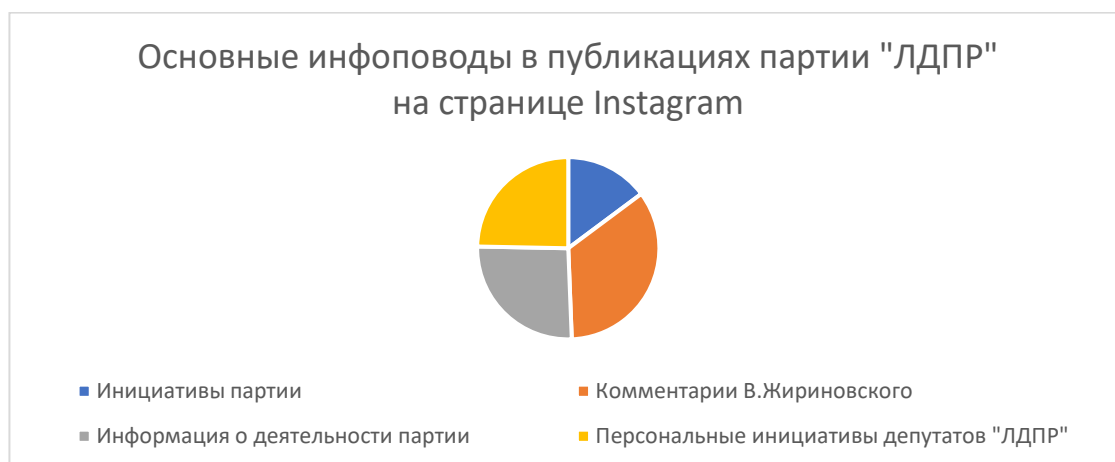
3. Почти половина населения России зарегистрирована в социальных сетях и активно ими пользуется. При этом 55,9 млн человек используют для этого мобильные устройства [3].

Для более глубокого и показательного описания феномена был проведён анализ контента одного из активных политических акторов РФ. Рассмотрение производится на примере публикаций в социальной сети Instagram политической партии ЛДПР за период с 1.09.2020 г. по 1.11.2020 г.

Информация в социальных сетях политической партии ЛДПР в большей степени носит деловой характер и отражает действия партии по разным направлениям деятельности как партийных функционеров, так и лидера ЛДПР: социальная повестка, мнение лидера партий о мировой политической повестке, инициативы или принятие законов и прочее. В наименее активной фазе электорального периода, партии в основном прекращают вести агитацию и пропаганду с целью привлечения голосов избирателей и увеличения поддержки в обществе [3]. Данный факт накладывает значительные коррективы в осуществление информационной стратегии партий в целом, а также и в ведении социальных сетей. При анализе официальной страницы в Instagram (<https://www.instagram.com/ldprparty/>) было установлено, что большая часть публикаций носит информационный (отчётный) характер, не ставящих перед собой задачи по привлечению новых сторонников.

Большая часть публикаций – мнение лидера партии по тем или иным инфоповодам; материалы, посвящённые инициативам партийных функционеров и деятельности партии в целом (рис. 1).

Рисунок 1. Основные инфоповоды в публикациях на странице Instagram партии ЛДПР



Основным и наиболее актуальным механизмом является обращение информационного повода в свою пользу. В рамках обозначенного периода было

установлено, что только 3 материала содержали прямое «вовлечение» пользователей в политическую повестку, данные материалы были опубликованы в период пика медиаактивности. Термином «пик медиаактивности» предлагается воспринимать – ситуацию, при которой контент на одну или несколько тем вирусно публикуется в едином информационном поле СМИ и соцмедиа, при этом множество пользователей пытаются найти более развернутую информацию о том или ином событии. Поиск информации задаёт общий трафик пользователей, который цепной реакцией подхватывают как федеральные, так и низкорейтинговые СМИ.

Таковыми публикациями явились:

1. Публикация о самосожжении Ирины Славиной сопровождалась картинкой с подписью «Обязательно присоединяйтесь к политическим партиям, нельзя бороться в одиночку». В «теле» публикации содержался открытый призыв «Главная причина такого протеста – одиночество Ирины. Для этого существуют политические партии. Если бы она обратилась за помощью в местное Нижегородское отделение ЛДПР к нашему депутату Александру Курдюмову, она могла быть жива сегодня». Стоит отметить тот факт, что данный информационный повод насчитывал порядка 7 тысяч публикаций. Также стоит отметить, что множество комментариев носили нейтрально-благоприятный характер и были связаны с информацией о вступлении в партию граждан Российской Федерации.

2. «С 28 октября граждане обязаны носить маски в общественных местах. Мы первыми говорили об этом. Прекрасно, что к мнению ЛДПР прислушались».

3. «ЛДПР спасала Россию 4 раза».

Таким образом, стоит отметить, что инфоповоды являются своего рода маркерами, которые в наибольшей степени фокусируют внимание пользователей сегмента Интернет. За счёт подобных маркеров политический актер привлекает внимание к необходимому контенту или себе непосредственно не смотря на то, что, например, к партии как таковой, данный маркер отношения не имеет, либо имеет крайне опосредованное отношение.

Популярным становится подход, согласно которому любой яркий информационный повод может служить базисом (маркером) для старта мини кампании по популяризации того или иного тезиса, положения или в целом политического актора. В едином информационном потоке подобные маркеры приводят к усилению внимания к субъекту политических отношений и получению рейтинговых дивидендов. Благодаря этому суммарный коэффициент упоминаний в информационном поле растет. Исходя из чего, можно сделать вывод, что такая модель формирует информационный ход, задачей которого является усиление политических позиций актора и рост рейтинга его узнаваемости. Подобный подход – возможность использования громких инфоповодов партиями – актуальная политическая информационная технология, активно используемая в рамках современных политических отношений. Данный

вид информационных технологий имеет высокий потенциал и уровень восприимчивости реципиентами, что позволяет расширять сферы применения, а также варьировать способы и модели для достижения большей эффективности.

Список использованных источников:

1. Михайлова В. В. Новые информационно-коммуникационные технологии как фактор активизации политического участия молодежи // Управленческое консультирование. – 2018. – №10. – С. 169-175.

2. Власова К. В., Чирун С. Н. Социальные сети как один из инструментов формирования и продвижения имиджа политика: на примере губернатора Кузбасса С. Е. Цивилёва // Вестник КемГУ. Серия: Политические, социологические науки. – 2019. – № 4(2). – С. 176-183.

3. Козырева А. А. Почему социальные сети являются инструментом политической власти? // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – № 2-2. – С. 56–59.

МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

**МИГРАЦИЯ МОЛОДЕЖИ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУ-
ДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ
УРОВНЕ И ФАКТОР УСТОЙЧИВОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИ-
ЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

Матафонова Ю. А., к. полит. н., доцент
Забайкальский государственный университет
mega-yulya@mail.ru

Концептуальные основы современной молодежной политики изложены в «Основах государственной молодёжной политики Российской Федерации на период до 2025 г.» [1]. Данный документ логически выстроен, содержит, как базовые определения, так и основные принципы и направления политики государства по отношению к молодежи.

Что касается провозглашенных целей государственной молодежной политики в нашем государстве, то практически все они связаны с необходимостью содействовать молодому поколению в развитии и помогать в реализации потенциала. Однако при этом указанные в документе цели позволяют резюмировать, что это развитие и реализация потенциала молодых людей не должна быть хаотичной, и реализацию молодежью своих прав предполагается осуществлять в единстве с выполнением обязанностей по отношению к государству и обществу. Поэтому среди целей государственной молодежной политики говорится и о реализации общественно значимых инициатив, общественно полезной деятельности молодежи.

Отметим, что, несмотря на признание молодежи в качестве активного участника молодежной политики, все-таки основными субъектами данной политики являются органы власти – и органы государственной власти, и органы местного самоуправления. В силу того, что наше государство имеет федеративное устройство, государственная молодежная политика осуществляется, как на федеральном уровне, так и на уровне субъектов федерации.

Реализуя управленческие функции в сфере молодежной политики, каждый субъект федерации не только помогает развитию молодежи, её социализации и реализации потенциала, но и тем самым решает стратегические задачи, связанные с устойчивостью региональной политической системы.

Устойчивость в свою очередь представляется нами в качестве одной из характеристик субъекта федерации, как региональной политической системы (мезосистемы), основное содержание которой связано с выполнением органами региональной власти задач по обеспечению основных жизненных потребностей населения конкретного региона [2].

Устойчивость субъекта федерации в рамках существующей федеративной системы может быть рассмотрена и как эффективное выполнение субъектом федерации (региональными органами власти) своих полномочий эффективно. Несмотря на то, что исследователи довольно часто выражают сомнения по поводу обладания субъектами Российской Федерации реальной политической субъектностью и констатируют дискуссионность данного вопроса [3], теоретические основы федерализма позволяют нам утверждать обратное. Политико-территориальное деление любого федеративного государства в классическом варианте предполагает такое распределение полномочий между Центром и субъектами, чтобы защитить существование и власть каждого из них. Не случайно в англо-американской традиции федеративное государство рассматривается как сложноорганизованная система, составляющие элементы которой (Центр и субъекты) взаимно ограничивают друг друга и обеспечивают устойчивость федеративного государства и баланс властей [4, С. 8].

Все больше российских исследователей обращают внимание на политическую субъектность регионов, что имеет неоспоримое значение для дальнейшего развития теории и методологии системного анализа по отношению к субъектам Российской Федерации. Так, Г. Т. Сардарян определяет место региона в политико-территориальной иерархии: «Регион – имеющая установленные границы территория, обладающая функциональными отличиями от иных территорий, представляющая собой уровень власти, находящимся между государством и местным самоуправлением» [5, С. 15].

А. Володин, концептуализируя сущность политической субъектности регионов, справедливо указывает на то, что субъект федерации имеет физическое, социальное и политическое измерения, и его субъектность выстраивается «по поводу и вокруг тех или иных целей или функций регионального общества как целого» [6, С. 123].

Молодежь должна выступать одной из основных целевых групп, на обеспечение интересов которой направлены действие органов власти субъекта федерации. Молодежь является стратегическим ресурсом для дальнейшего развития территории. В контексте ресурсного подхода молодежь рассматривается как та часть населения, которая обладает социальным, экономическим, трудовым, интеллектуальным, управленческим потенциалом, который в ближайшем будущем способен оказать существенное влияние как на развитие государства в целом, так и на развитие отдельного политико-территориального пространства (субъекта федерации), отдельного населенного пункта.

В российских реалиях, к сожалению, далеко не всегда на уровне регионов данная закономерность осознается, либо дальше осознания существующей проблематики региональная политическая система не способна продвигаться.

В Забайкальском крае, как и в других субъектах Российской Федерации, созданы нормативные и институциональные основы для реализации государственной молодежной политики. Институциональный дизайн представлен

Министерством образования, науки и молодежной политики Забайкальского края, осуществляющим непосредственное управление в данной сфере.

Нормативная основа молодежной политики представлена как законами Забайкальского края (в 2016 г. был принят Закон Забайкальского края «О государственной молодежной политике в Забайкальском крае» [7]), так и государственными программами, реализуемыми на территории края. В рамках реализации государственной программы Забайкальского края «Развитие образования Забайкальского края на 2014-2025 годы» в настоящее время действует подпрограмма «Развитие молодежной политики и системы поддержки молодежных инициатив» [8]. Показательно, что в данной подпрограмме основной проблемой признается отток молодежи, также прослеживается логическая связь между миграционной убылью молодежи из края и обеспечением устойчивого социально-экономического развития. Для создания необходимых условий для сохранения молодежи на территории края в подпрограмме выделен ряд направлений реализации, среди которых: вовлечение молодежи в общественную деятельность; создание механизмов формирования целостной системы продвижения инициативной и талантливой молодежи; увеличение количества молодежных мероприятий и т. д. Само наличие программы представляется нам важным шагом на пути осознания органами региональной власти существующей проблематики, но не наблюдается системного видения проблемы. Только вовлечением молодежи в общественные мероприятия и развитием патриотизма невозможно решить системные проблемы, связанные с отсутствием инфраструктуры и отсутствием возможностей для самореализации в различных сферах деятельности.

Также в Забайкальском крае разработана и реализуется «Стратегия государственной молодежной политики Забайкальского края до 2025 года», в которой сформулирована стратегическая цель, выделены приоритетные задачи и механизмы реализации государственной молодежной политики в Забайкальском крае. Выделенные в Стратегии задачи сформулированы более системно, учитывают необходимость обеспечения условий для реализации экономического, интеллектуального и духовного потенциала молодежи. Однако большинство выделенных в программе показателей также связаны с организационными и образовательными аспектами молодежной деятельности. Между тем, потребности современной молодежи, в том числе молодежи Забайкальского края, значительно шире, чем участие в молодежных объединениях и организациях. Решение системных социально-экономических и инфраструктурных проблем должно быть основой, фундаментом региональной молодежной политики.

Несмотря на то, что в Забайкальском крае создана нормативная база для реализации молодежной политики, функционируют органы исполнительной власти, занимающиеся вопросами молодежной политики, миграционный отток молодежи не только не прекращается, но и наблюдается стабильный рост.

Традиционно уезжают из края выпускники школ для поступления в высшие учебные заведения за пределами Забайкальского края (по официальным

статистическим данным 60 % из них не возвращаются), уезжают и выпускники вузов.

В настоящее время на территории Забайкальского края проживает 240 тысяч человек в возрасте от 14 до 30 лет, что составляет около 23 % от общей численности жителей Забайкальского края [9]. В соответствии с обозначенными тенденциями, в перспективе этот процент будет уменьшаться.

Складывается ситуация, когда нормативный и институциональный каркас региональной политической системы в сфере молодежной политики не способен остановить миграционный отток молодых людей, неудовлетворенных существующим уровнем жизни в крае, не видящих перспектив для жизни и развития здесь. В данном случае молодежь наиболее остро реагирует на проблемы, существующие в регионе, выступает своеобразным индикатором как социально-экономических, так и политико-управленческих проблем Забайкальского края.

Нарастающие темпы миграции молодежи из Забайкальского края не только свидетельствуют о недостаточности реализуемых органами региональной власти мер в данной сфере, но и являются показателем неустойчивости субъекта федерации, как региональной политической системы – показателем её неспособности справиться с насущными проблемами и создать условия, обеспечивающие привлекательность региона для молодых забайкальцев.

Список использованных источников:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 г. № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» // Российская газета. – 2014. – 29 ноября.

2. Матафонова Ю. А. Федеративная устойчивость субъекта федерации: теоретические и методологические основы исследования регионального политического пространства: монография. – Чита: ЗабГУ, 2020. – 276 с.

3. Бекбосынов М. Б. Политические проблемы субъектности регионов в структуре федеративных отношений в РФ // Вестник Московского государственного областного университета. – 2009. – № 4. – С. 149-152.

4. Фляйнер Т. Федерализм, федеративные государства и децентрализация. / Федерализм: российское и международное измерения (опыт сравнительного анализа); под ред. Р. Хакимова. – Казань, 2004. – С. 8-40.

5. Сардарян Г. Т. Политические проблемы взаимоотношений регионов с центральной властью в Италии: автореф. дисс. канд. полит. наук. – М.: 2015. – 35 с.

6. Володин А. О политической субъектности регионов РФ // Власть. – 2012. – № 6. – С. 121-124.

7. Закон Забайкальского края от 14 июня 2016 г. № 1354 – ЗЗК «О государственной молодежной политике в Забайкальском крае. – URL: <https://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 2.11.2020).

8. Постановление Правительства Забайкальского края от 24 апреля 2014

г. № 225 (с посл. изм. и доп.) «Об утверждении государственной программы Забайкальского края «Развитие образования Забайкальского края на 2014 – 2025 годы» // Азия – Экспресс. – 2014. – № 17/1.

9. Статистические данные о количестве проживающего молодого населения в Забайкальском крае. Чита, 2020. URL: <https://chita.gks.ru> (дата обращения: 2.11.2020).

ГОСУДАРСТВЕННАЯ МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА И МОЛОДЕЖНЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ РАДИКАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ

Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор
Митин А. А., к. полит. н., доцент
Варфоломеев А. А., магистр
Кемеровский государственный университет
mev.matveeva@yandex.ru

Последние несколько месяцев ознаменовали собой активное внимание общественности, экспертов и самих молодежных организаций к вопросу обсуждения проекта нового законопроекта «О молодежной политике в Российской Федерации». Напомним, что 22 июля проект Федерального закона «О молодежной политике в Российской Федерации» был внесен на рассмотрение в Государственную думу Федерального собрания Российской Федерации [1], а 25 августа в Общественной палате РФ прошли общественные слушания законопроекта, регулирующего деятельность в сфере молодежной политики [2].

К началу 2020 года в субъектах РФ действовал 61 орган, в названии которых использовалось слово «молодежь» или словосочетание «молодежная политика», либо «дела молодежи». В 24 субъектах РФ вопросы государственной молодежной политики были в указанный период возложены на органы исполнительной власти, в названии которых не использовалось слово «молодежь» или словосочетание «молодежная политика».

Отметим основные документы, регламентирующие сферу молодежной политики и статус молодежи. В число законов, действующих на данный момент времени следует отнести:

- Постановление Верховного Совета РФ от 4.07.1993 г. № 5090-1 «Об основных направлениях государственной молодежной политики в Российской Федерации»;

- Федеральный закон от 4.07.1995 г. № 98-ФЗ «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений»;

- Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 г. № 2403-р «Основы государственной молодежной политики в Российской Федерации до 2025 году», которое определяет приоритеты: формирование системы ценностей,

для развития мировоззрения молодежи, направленного на качественную реализацию ее человеческого потенциала; создание условий для максимальной реализации человеческого потенциала молодежи в социально-экономической сфере; формирование мировоззрения ЗОЖ, повышение культуры безопасности; создание условий для формирования молодых семей, с детьми; формирование институтов и инструментов формального и неформального образования, для развития человеческого потенциала молодежи и др.

По состоянию на 21 августа 2020 года по проекту нового законопроекта «О молодежной политике в Российской Федерации» получено 40 ответов от экспертов и общественных палат субъектов РФ, из них: 35 ответов от общественных палат субъектов Российской Федерации, 2 ответа от членов Научно-консультативного совета при Общественной палате Российской Федерации; 1 ответ от общественного эксперта; 2 мнения от членов ОП РФ. Законопроекты поддержаны без замечаний 23 участниками общественной экспертизы – Москва, Пензенская область, Владимирская область, Волгоградская область, Курская область, Курганская область, Оренбургская область, Сахалинская область, Тамбовская область, Самарская область, Липецкая область, Краснодарский край, Хабаровский край, Ненецкий автономный округ, Республика Коми, Республика Мари-Эл, Республика Северная Осетия-Алания, Республика Татарстан, Чеченская Республика. 17 участников общественной экспертизы представили замечания и предложения по доработке законопроектов, включая Кемеровскую область-Кузбасс [3].

Отметим основные очевидные достоинства законопроекта, которые отмечают сами авторы законопроекта.

Во-первых, решение задачи по унификации законодательства по вопросу молодежи и молодежной политики на федеральном, региональном и муниципальном уровнях;

Во-вторых, благодаря поднятию верхнего порога отнесения к молодежи с 30 до 35 лет численность молодежи в РФ увеличится на 12,7 млн человек и достигнет 41 млн, благодаря этому больше граждан России смогут воспользоваться мерами поддержки, предусмотренными государством.

Однако большее внимание экспертов и членов общественных палат субъектов РФ приковано к целому «пласту» недостатков и явных правовых лагун. В первую очередь, будем опираться на замечания, высказанные экспертами Общественной палатой Кемеровской области-Кузбасса [4].

1. Авторами данного законопроекта не используется термин «государственная молодежная политика», применяемый в российском законодательстве, начиная с начала 90-х годов XX в. Он заменен на термин «молодежная политика», определение которого носит «размытый» и противоречивый характер: «молодежная политика – комплекс мер нормативно-правового, финансово-экономического, организационно-управленческого, информационно-аналитического, кадрового, научного и иного характера, реализуемых на основе взаимодействия федеральных органов государственной власти и иных федеральных государственных органов, органов государственной власти

субъектов Российской Федерации и иных государственных органов субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления с институтами гражданского общества, юридическими лицами независимо от их организационно-правовых форм и гражданами Российской Федерации, в том числе индивидуальными предпринимателями, активного межведомственного взаимодействия, направленных на гражданско-патриотическое и духовно-нравственное воспитание молодежи, молодой семьи и предоставление молодежи, молодой семье, молодежным общественным объединениям возможностей для улучшения своего положения, расширения возможностей самореализации в целях достижения устойчивого социально-экономического развития, глобальной конкурентоспособности, национальной безопасности страны» [5].

2. Предлагаемая замена в законодательстве Российской Федерации термина «государственная молодёжная политика» на термин «молодёжная политика» приведёт к значительным изменениям, фактической «ломке» законов и иных нормативных правовых актов, действующих на всех уровнях. По мнению юристов, исключение слова «государственная» из нормативно-правовых актов повлечет изменение около 1500 законов федерального уровня и 118 500 регионального и муниципального уровня. Поэтому предлагаемая замена в законодательстве термина «государственная молодежная политика» на термин «молодежная политика» не будет носить чисто технический характер, а приведет к значительной «ломке» законов и иных нормативных правовых актов, действующих на всех уровнях, наполнит их массой противоречий [5].

3. Возраст «молодёжи» увеличен до 35 лет. Однако, из представленного законопроекта не усматривается временных параметров действия предлагаемой нормы, в частности, неясно, будет ли указанная новелла распространяться на период до ее официального принятия. Предполагает ли проект обратную силу? Могут ли граждане, которым ранее было отказано в участии в программах по причине достижения ими максимального возраста (30 лет), обращаться вновь?

4. В проекте закона не дается необходимая расшифровка соотношения между словосочетаниями «сфера молодежной политики» и «сфера реализации прав молодежи». Кроме того, «сфера реализации прав молодежи» в настоящий момент не используется ни в федеральных законах, ни в федеральных подзаконных актах.

5. Термин «молодежь» и «молодые граждане» нуждается в корректировке. Во-первых, в качестве основного признака молодого гражданина, законопроект называет гражданство РФ. Из этой формулировки следует вывод о том, что только граждане РФ могут являться молодыми и молодежью. Во-вторых, указание на гражданство создает препятствие на получение иностранными гражданами и лицами без гражданства мер государственной поддержки, в том числе в случае вступления их в брак с гражданами РФ.

6. «Молодая семья» определена проектом, как брак лиц, не достигших 35 лет, либо один родитель, усыновивший или имеющий ребёнка (детей). Однако данная формулировка не отвечает на вопрос, как быть с семьей, где один

из супругов не достиг, а второй достиг возраста 35 лет? В этом случае, получается, что семья не считается молодой. Но по факту это не так. А как быть, если молодой человек живёт с одиноким родителем или бабушкой (дедушкой)? Это не молодая семья или вообще не семья? Кроме того, статья 6 законопроекта, на которую делается ссылка в п.п.2 статьи 2, говорит также о «членах молодых семей» однако этот термин нигде в проекте не раскрывается.

7. В проекте закона не говорится о необходимости увеличения размера бюджетного финансирования мер государственной поддержки молодежи, тогда как количество граждан РФ, которые могут считаться молодежью, и срок оказания им помощи увеличивается (на 5 лет).

Определяющее воздействие на текущую ситуацию в работе молодежных объединений оказывают несколько особенностей политического развития государства и самих организаций.

1. Бесспорным основанием развития современных молодежных объединений является влияние на данный процесс международной динамики развития общественных объединений и НКО. Это выражается в «всплесках» и «падении» активности молодежных организаций в зависимости от остроты социально-экономических проблем конкретных государств и регионов. К примеру, пандемия COVID-19 сначала «затормозила», ограничила возможности всех без исключения общественных и некоммерческих организаций в реализации действующих проектов, а затем после появления мер поддержки со стороны государства способствовала адаптации к новым условиям и дала толчок к развитию [6, С. 58; 7].

Так, в июне 2020 года был объявлен дополнительный конкурс Фонда президентских грантов для НКО в период борьбы с коронавирусом (по его итогам победили 900 проектов из 78 регионов). Конкурс направлен на поддержку «социально ориентированных некоммерческих организаций, которые участвуют в борьбе с коронавирусной инфекцией и последствиями ее распространения». Вступил в силу Федеральный закон №172-ФЗ, освобождающий НКО, вошедшие в специальные реестры (получатели субсидий и грантов по программам федеральных и региональных органов исполнительной власти, органов местного самоуправления; получатели грантов Президента Российской Федерации; поставщики социальных услуг; исполнители общественно полезных услуг) от уплаты страховых взносов за II квартал 2020 года (деньги можно направить на зарплаты, коммунальные платежи и др.). Еще одним нововведением стала разработка Минюстом России по поручению Правительства РФ проекта постановления «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 26 января 2017 г. № 89». Постановление необходимо для реализации закона о включении социально ориентированных НКО – победителей конкурсов президентских грантов в реестр ИОПУ без дополнительной оценки качества услуг.

2. Наряду с этим оказывает влияние на деятельность молодежных организаций фактор цифровизации государств и дальнейшего распространения

информации в деятельности молодежных организаций в мессенджерах и группах в социальных сетях. По большому счету сегодня не нужно идти с лозунгами и транспарантами на площадь перед областной или муниципальной администрацией (это вчерашний день как примеру распространение агитационных материалов в печатном виде политическими партиями) достаточно просто подписать петицию против чего-то в сети Интернет, выразив сразу и свою гражданскую позицию, и оппозиционный настрой по отношению к принятому решению.

3. Происходит процесс «разочарования» молодых людей в отношении официальных молодежных структур типа Молодежных парламентов, фактически являющимися социальными лифтами в исключительных случаях нежелезнодорожной массовой форме (и здесь Кузбасс не исключение – аналогичная ситуация в других регионах СФО и в целом по стране), припартийных организаций (МГЕР, ЛКСМ и др.). Происходит неподконтрольная государству и силовым структурам радикализация умеренных молодежных организаций и главное постоянное пополнение молодежью подобных организаций.

4. Одним из направлений развития молодежной активности в последние несколько лет является активно пропагандируемая в СМИ и на государственном уровне добровольчество (волонтерство), «катализатором» развития которого в регионах стала подготовка к проведению Олимпийских и Паралимпийских Игр в Сочи в 2014 г., создав уникальные возможности для реализации системного подхода в добровольческих программах молодежи. При этом сам Федеральный закон № 15-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» появился еще 11 августа 1995 г. В законе уравниваются понятия «волонтерство» и «добровольчество» и дано их определение. Согласно закону, под добровольческой (волонтерской) деятельностью «понимается добровольная деятельность в форме безвозмездного выполнения работ и (или) оказания услуг в целях, указанных в пункте 1 статьи 2 настоящего Федерального закона (часть введена в Федеральный закон от 05.02.2018 № 15-ФЗ).

Однако так ли в действительности популярно в России добровольчество (волонтерство) среди молодежи или за этим стоит политический заказ, вызванный к жизни, в частности, радикализацией молодежных организаций? И правильно ли списывать все политические просчеты в развитии волонтерства на неразвитость инфраструктуры – различных волонтерских центров, готовых работать с гражданами, а также недоступность информации о проходящих социальных акциях и проектах?

Нам представляется, что постановка данных вопросов небезосновательна. Молодежь готова заниматься волонтерской деятельностью, но понимать и видеть возможности своего карьерного роста и продвижения в профессиональной деятельности, а заниматься данным видом работы без этого понимания теперь согласно названному законопроекту до 35 лет и не иметь каких-либо перспектив явно бессмысленно. Молодежи нужна уверенность в завтрашнем дне – работа, постоянный доход, жилье.

По информации роспатриотцентра, в стране в 2020 г. насчитывалось около 5,4 млн волонтеров. Но насколько входящие в него представители молодежи проявляют свою гражданскую активность и являются реальными участниками той или иной акции?

Для сравнения будем оперировать данными статистики, которые использует в своих ежегодных отчетах по развитию гражданского общества Общественная палата Российской Федерации. По данным Общественной палаты Российской Федерации, на сегодняшний день уровень развития волонтерской деятельности в России по сравнению со странами Европы остается крайне низким. По результатам социологических опросов, в России наблюдается противоречивая тенденция: население проявляет высокий уровень готовности принимать участие в волонтерской деятельности на фоне явного недостатка информации о возможных сферах применения своего труда в волонтерских организациях, что в итоге сказывается на снижении потенциального числа участников.

В 1990-е гг. труд добровольцев в европейских странах и США стал осознаваться как весомый экономический ресурс. Как показывает статистика, в 1998 г. добровольчеством была охвачена почти половина граждан, а с учетом подростков старше 14 лет – 79 % граждан. В добровольчестве участвуют все слои населения независимо от уровня образования, профессии и доходов. Волонтерство рассматривается как форма гражданского участия в общественно полезных делах, способ коллективного взаимодействия и эффективный механизм решения актуальных социальных проблем.

По официальным данным, в 2005 г. в Российской Федерации было зарегистрировано почти 600 тыс. общественных организаций, в том числе волонтерских объединений. Именно этот процесс зарождения в России 1990-2000-х гг. «третьего сектора», который составляют некоммерческие, общественные и благотворительные организации, сопровождалось формированием волонтерства в современном понимании.

Российское добровольческое движение имеет несомненные особенности. Это связано с тем, что: не определен статус добровольца в обществе; не разработаны системные методы привлечения населения к добровольческой деятельности; добровольческое движение отличается стихийностью, спонтанностью, нестабильностью; недостаточно развита положительная пропаганда добровольчества.

Определенным стимулом в развитии волонтерства могло бы стать расширение тематики деятельности волонтерских организаций. По всей важности для страны событий Великой отечественной войны педалировать на единственной патриотической идее и поддерживать принцип значимости в политике государства важностью сохранения исторической правды до бесконечности невозможно. Нужны новые патриотические идеи, дающие право выбора из них как самой молодежи, так и волонтерским организациям.

Одним из востребованных волонтерских проектов, вызывающим уважение среди разных групп населения, выступает деятельность добровольческого

поискового отряда «Лиза Алерт», который при поддержке Агентства стратегических инициатив способствовал созданию Единого центра поиска пропавших людей. Сама организация «Лиза Алерт» по данным на 2019 г. осуществляла работу в 53 регионах России, включая Кемеровскую область-Кузбасс. За всё время своей деятельности отряд принял участие в поисках примерно 40 тыс. человек, добровольцы движения спасли более 32 тыс. человек.

Еще одним интересным проектом является деятельность добровольцев в чрезвычайных ситуациях. Общероссийская общественная организация «Российский союз спасателей», системно взаимодействуя с МЧС России и органами исполнительной власти субъектов Федерации, осуществляет деятельность в области пожарной безопасности, проведении поисково-спасательных работ, оказывает помощь пострадавшим в результате стихийных бедствий, иных катастроф и социальных конфликтов, ведет активную работу по подготовке различных слоев населения правилам и навыкам оказания первой помощи пострадавшим в результате чрезвычайных ситуаций, а также популяризирует идеи добровольчества, гуманизма и милосердия. В составе организации более 24 тыс. добровольных спасателей. Но не будем забывать, что названные оба примера не охватывают широкие круги молодежи и привлекают молодых людей с определенным багажом морально-этических принципов (умение сопереживать, сострадать, помогать просто за «спасибо», не прося что-то взамен), с чем явно среди большинства молодежи наблюдаются проблемы.

Подводя итоги, отметим, что в текущей ситуации радикализация молодежных объединений неизбежна, а это прямой путь к этноконфессиональным конфликтам и экстремистским проявлениям. Имеющиеся молодежные организации, как было отмечено ранее, не способны в нынешнем качестве предложить молодому поколению ожидаемые социальные блага и возможность саморазвития. Что можно сделать в этой ситуации? Во-первых, взвесить все «за» и «против» принятия нового закона «О молодежной политике в Российской Федерации». Во-вторых, перестать гнаться за формальными показателями численности добровольческих и других молодежных организаций. Наконец, в-третьих, в случае трансформации молодежных организаций в сторону радикальных идеологий привлекать к административной и уголовной ответственности.

Список использованных источников:

1. В Государственную Думу внесен проект федерального закона «О молодежной политике в Российской Федерации». URL: https://vk.com/wall-49388164_42657 (дата обращения: 02.10.2020).

2. Законопроект о молодежной политике: придать новый импульс поддержке молодых россиян. 25.08.2020. URL: <https://www.oprf.ru/ru/press/news/2617/newsitem/54562> (дата обращения: 02.10.2020).

3. Свод замечаний и предложений общественных палат субъектов Российской Федерации по законопроектам в сфере молодежной политики.

<https://www.facebook.com/groups/176663846997824> (дата обращения: 02.10.2020).

4. В ОП Кузбасса дали отрицательную оценку законопроекту о молодежной политике. 27.08.2020. URL:

[https://oprfr.ru/about/interaction/region_chambers/431/2618/newsitem/54611?fbclid=IwAR0Y80WB2huesHIXOsg-](https://oprfr.ru/about/interaction/region_chambers/431/2618/newsitem/54611?fbclid=IwAR0Y80WB2huesHIXOsg-G7wYH8w6s4dhsPAYu0jMEWRXvilgEPL26tKtnPQ)

[G7wYH8w6s4dhsPAYu0jMEWRXvilgEPL26tKtnPQ](https://oprfr.ru/about/interaction/region_chambers/431/2618/newsitem/54611?fbclid=IwAR0Y80WB2huesHIXOsg-G7wYH8w6s4dhsPAYu0jMEWRXvilgEPL26tKtnPQ) (дата обращения: 02.10.2020).

5. Проект Федерального закона «О молодежной политике в Российской Федерации». URL: <http://youthrussia.ru/wp-content/uploads/2020/03/ФЗ-о-мп.doc.pdf> (дата обращения: 02.10.2020).

5. А не лучше ли спокойно отклонить внесенный в Государственную думу законопроект «О молодежной политике в Российской Федерации», чем устраивать никому ненужную «революцию» в законодательстве! <https://www.facebook.com/groups/176663846997824> (дата обращения: 02.10.2020).

6. Матвеева Е. В., Гоосен Е. В., Каган Е. С., Никитенко С. М. Некоторые аспекты изучения факторов экономической и социально-политической стрессоустойчивости в регионе в условиях глобального кризиса // *Фундаментальные исследования*. – 2020. – № 8. – С. 56-60.

7. Матвеева Е. В., Митин А. А. Реализация механизмов муниципальной поддержки социально-ориентированных НКО в Кемеровской области-Кузбассе // *Вестник Забайкальского государственного университета*. – 2020. – Т. 26. № 2. – С. 74-81.

8. Матвеева Е. В., Митин А. А. Современные тенденции институционализации гражданского общества в кемеровской области-Кузбассе (на материалах регионального исследования) // *Вестник Кемеровского государственного университета*. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2020. – Т. 5. № 1 (15). – С. 25-32.

МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Нарежнев А. Е., аспирант

Новосибирский институт повышения квалификации

и переподготовки работников образования

alexei.narezhnev@yandex.ru

«Молодежь – опора сегодняшнего дня,
и будущее России»

В. В. Путин

Молодежная политика в России имеет огромное значение в условиях развития цифровизации, обусловленная трансформацией технологического

уклада в сторону информационного общества. Учитывая тот факт, что в России, официально разработан законопроект «О молодежной политике РФ», где предлагается внести изменения, в части увеличения возраста, с прежних 30 лет, до 35 лет предельного, а также, обновить понятийный аппарат, позволяющий усовершенствовать работу власти на всех уровнях [1]. Законопроект создает определенные условия для регулирования правоотношений на федеральном, региональном и муниципальном уровнях с активным привлечением молодежи к решению значимых для нее вопросов. Авторами законопроекта, выступают, члены Совета Федерации, депутаты Госдумы. Исходя из внесенных изменений, численность молодежи в РФ увеличится на 12,7 млн человек и достигнет 41 млн, благодаря этому больше граждан России смогут воспользоваться мерами поддержки, предусмотренными государством, отмечают разработчики [1].

Принятая, в 2014 году, государственная программа «Основы государственной молодежной политики в Российской Федерации до 2025 году» [1], определяет приоритеты:

- формирование системы ценностей, для развития мировоззрения молодежи, направленного на качественную реализацию ее человеческого потенциала;
- создание условий для максимальной реализации человеческого потенциала молодежи в социально-экономической сфере;
- формирование мировоззрения ЗОЖ, повышение культуры безопасности;
- создание условий для формирования молодых семей, с детьми;
- формирование институтов и инструментов формального и неформального образования, для развития человеческого потенциала молодежи;
- формирование информационного поля возможностей, для реализации человеческого потенциала молодежи.

Учитывая вышеизложенное, необходимо понимать, что реализация приоритетных направлений, потребует инновационных форм работы с российской молодежью, среди них наиболее известные, - федеральные молодежные лагеря, площадки: «Селигер», «Территория смыслов». «Таврида», «Экспедиция Арктика». Инновационной особенностью, на сегодняшний день, является цифровизация российского общества, она обуславливает активные действия государственных органов, разрабатывать механизмы и, проводить единую молодежную политику на разных уровнях власти, с целью защиты законных прав граждан и, современных направлений молодежной политики в интересах развития государства, прежде всего – технологическое. Очевидным наставлением, является мнение Президента России, В.В.Путина, в котором он, направляет молодежь на технологическое развитие страны [3]. Президент России [3], сделал предложение АСИ, где предложил решения молодежи в технологическое развитие страны. Имеющийся перечень направлений, определяет перспективу развития молодежной политики России на перспективу. Иными сло-

вами, отличительной чертой развития российской молодежи на ближайшие десятилетия, станет ее активная жизненная позиция, по развитию гражданского общества и промышленности, через соответствующие молодежные объединения.

В сравнении с западными странами, где существует своя практика работы с молодежью, а также, вновь принятая комитетом министров Европы, Стратегия деятельности молодежного сектора до 2030 г [2], в котором, определяет развитие молодежи Европы, как приоритетное значение на десятилетие. По их мнению, в новой стратегии, огромную роль играет географический охват, вовлекая тем самым порядка 50 стран Европы. Более того, принятая стратегия, от 22.01.2020 г, закрепляет 4 основных направления развития молодежной политики Европы, среди них: возрождение плюралистической демократии, при участии молодежи; доступ молодежи к правам; конвенция «жить вместе» в мирных и инклюзивных обществах; работа с молодежью. Анализ стратегии, имеет определенное значение, для работы с молодежью через подконтрольные молодежные фонды в разных странах Европы. Западная молодежь, заметно отличается от российской по многим показателям, среди наиболее известных, как правило, усиление роли прав человека, социальное обеспечение и развитие профсоюзов.

Таким образом, необходимость понимания развития молодежи в разных странах, обусловлено прежде всего, действующей политикой тех государств, где проживает молодежь, и особенностью менталитета населения конкретного государства, с их традициями и культурой.

Список использованных источников:

1. Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» // Собрание законодательства РФ. – 15.12.2014. – № 50. – ст. 7185.
2. Стратегия деятельности молодежного сектора до 2030 г. Комитет министров Европы.
3. РИА Новости., от 09.07.2020 г. Путин призвал вовлечь молодежь в технологическое развитие регионов.

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ

Макарова О. А., к. социол. н., доцент
Тумуров Ж. Т., к. полит. н.
Забайкальский государственный университет
Makarova108@mail.ru, zhargal@list.ru

«Муниципальная молодежная политика – это система мер, направленная на создание в муниципальном образовании экономических, социальных,

организационных условий для успешной реализации молодыми гражданами своих конституционных прав, участия молодежи в системе общественных отношений и реализации своего экономического, интеллектуального и духовного потенциала в интересах общества с учетом возрастных особенностей» [1].

В соответствии с ФЗ-131 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», к вопросам местного значения всех видов муниципальных образований относится организация и осуществление мероприятий по работе с детьми и молодежью. К вопросам местного значения муниципального образования относится организация и осуществление мероприятий межпоселенческого характера по работе с детьми и молодежью. Это обуславливает деятельность органов местного самоуправления по разработке и реализации муниципальной молодежной политики.

Вопросами разработки и реализации молодежной политики на местном уровне занимаются специальные структурные подразделения местной администрации. Как правило, в крупных городах это департамент (отдел, комитет) по делам молодежи, как самостоятельное подразделение, либо в составе структур, курирующих культуру, образование, физическую культуру и спорт. В небольших муниципальных образованиях вопросами молодежи занимается специалист по данному профилю, либо совмещающий данный вопрос с иными.

Задачи подразделений органов местного самоуправления, работающих с молодежью, строятся в русле государственной политики, однако их сущность и практическая реализация по месту проживания молодых людей являются, в некоторой степени, более сложными, нежели на государственном уровне. В числе этих задач:

- 1) обеспечение гарантий в сфере труда и занятости молодежи;
- 2) обеспечение соблюдения прав молодежи;
- 3) развитие системы комплексных социальных служб для молодежи и сети подростковых и молодежных клубов по месту жительства;
- 4) профилактика асоциальных явлений и экстремизма в молодежной среде;
- 5) поддержка деятельности молодежных и детских объединений;
- 6) формирование условий, направленных на физическое и духовное развитие молодежи;
- 7) поддержка молодой семьи;
- 8) содействие предпринимательской деятельности молодежи;
- 9) организация работы по профилактике безнадзорности, правонарушений, наркомании, алкоголизма;
- 10) поддержка талантливой молодежи;
- 11) предоставление социальных услуг.

Эта сложность исходит из самой природы местного самоуправления: здесь территориально близки и личные, и общественные интересы, организация власти на местах предполагает самоорганизацию населения и принятие решений населением, что в действительности реализуется не всегда.

В России на уровне муниципальных образований проблемы реализации молодежной политики проявляются наиболее остро. В целом работа с молодежью характеризуется ситуативностью, противоречивостью, носит несистемный характер. Роль молодежной политики приуменьшается, роль самой молодежи в принятии решений по вопросам развития территорий фактически игнорируется или носит декларативный характер. На поселенческом уровне зачастую отсутствуют квалифицированные кадры, отвечающие за работу с молодежью. Мероприятия, имеющие целью поддержку и развитие молодых людей, являются по своей сути устаревшими и неинтересными для них.

Итак, молодежь как «будущее нации», бесспорно, имеет особую ценность для государства и общества, занимая особое положение в социальных и политических отношениях, производстве материальных и духовных благ. На современном этапе в Российской Федерации построена система государственной молодежной политики, которая хотя и имеет определенные противоречия, пробелы, незавершенность, тем не менее, опирается на сложившуюся нормативно-правовую базу и представляет собой совместную деятельность органов государственной власти федерального уровня и субъектов Российской Федерации, общественных объединений и социальных институтов. На муниципальном уровне молодежная политика продолжает государственную, однако имеет свою специфику реализации и направлена на решение проблем, особенно актуальных для конкретного муниципального образования. В связи с этим на уровне первичных территориальных единиц должна быть выстроена целостная система создания условий для поддержки и развития молодежи. Реализация этой задачи сопряжена с множеством проблем, среди которых одна из наиболее актуальных – крайне низкий объем финансирования молодежной политики.

Несмотря на то, что во всех муниципальных образованиях проводятся мероприятия для молодежи, в деятельности органов власти наблюдаются определенные проблемы. Основная проблема – финансирование расходов на создание условий для развития молодежи. На реализацию мероприятий по молодежной политике вне образования и вне физической культуры и спорта закладывается не более 30000 руб. в год, что составляет около 2 руб. на человека в возрасте 14-29 лет. Отметим, что расходы на массовый спорт, направленный, в том числе и на молодежь, ежегодно в бюджете района в последние годы составляют 50000 руб., что в пересчете на человека составляет около 77 копеек.

Отметим ключевые проблемы реализации молодежной политики в муниципальных образованиях:

- 1) Наблюдается недостаточное внимание со стороны органов местного самоуправления к молодежи муниципального образования. Это проявляется в отсутствии профильных специалистов в органах власти района и входящих в него поселений. Так, например в Программе социально-экономического развития муниципального района «Читинский район» на 2011-2020 годы слово «молодежь» не встречается ни разу. Молодежью как целевой группой фактически не занимаются: она оказывается включенной в мероприятия, связанные

с детьми, старшим поколением, либо принимает участие в общих спортивных или культурных мероприятиях. Внимание Комитета образования, иных структурных подразделений администрации и в целом органов местного самоуправления к молодежи сконцентрировано лишь на нескольких возрастных группах, с которыми реализация молодежной политики представляется наиболее простой организационно – старшие школьники, учащиеся техникумов. Молодежная политика в этом случае реализуется в привязке к вопросам образования, то есть в 100% случаев совместно с образовательным учреждением, а ответственность за качество проведения мероприятий, процент участия ложится на педагогов. Старшие возрастные группы при этом остаются неохваченными. Отсутствует какой-либо анализ или статистический учет, связанный с охватом мероприятиями молодежи. Вследствие чего, невозможно оценить ни динамику, ни эффективность предпринимаемых органами власти действий.

2) Анализ российской муниципальной практики показал, что в программах, так или иначе затрагивающих интересы молодежи, наблюдается несоответствие заложенных объемов финансовых ресурсов сложности и масштабу поставленных задач. Кроме того, и эти запланированные средства в исследуемой сфере систематически недофинансируются. Затраты на молодежные мероприятия направляются по остаточному принципу.

3) По причине отсутствия специалистов, недостаточности финансирования, наблюдается постоянное изменение принадлежности вопросов, связанных с молодежью, к определенным подразделениям в органах местного самоуправления. Периодически молодежной политикой занимаются структуры и комитеты администраций, связанные то с образованием, то со спортом, то с культурой. Этот процесс на муниципальном уровне продолжается уже более десяти лет под названием «оптимизация распределения вопросов». В действительности, чаще всего он негативно сказывается на эффективности деятельности, и данный процесс однозначно назвать «оптимизационным» невозможно.

4) Формат молодежного досуга в большей части поселений остается традиционным, несовременным. Система работы по профилактике негативных явлений в молодежной среде проходит в виде лекций, которые имеют малое влияние, работа с представителями правоохранительных органов проводится в виде классных часов, на которых учащиеся «просиживают» положенное время. Традиционные праздники, однообразно проводимые спартакиады не привлекают молодежь и не способствуют формированию имиджа органов местного самоуправления как друга, помощника, соратника, партнера.

5) В муниципальных районах наблюдается разобщенность в политике поселений, нет единого подхода в реализации политики, а это и есть функция администрации муниципального района в сфере молодежной политики. Ответственные за молодежную политику не имеют ни профильного образования, ни знаний о современных возможностях и форматах проведения мероприятий.

б) Отсутствует стабильное информирование населения о деятельности органов местного самоуправления поселений в исследуемом вопросе. В боль-

шинстве случаев сайты местных администраций содержат новостную информацию, по большей части касающуюся сферы образования, при этом носит ограниченный и нерегулярный характер. В этой информации невозможно увидеть ни динамику, ни общую картину. Информации для молодежи на сайте нет. Молодежь не имеет представления о наличии каких-либо возможностей для развития, получения помощи, обучения и т. д.

7) Как правило, деятельность по реализации мероприятий в рамках проводимой молодежной политики возлагается на поселенческие учреждения культурно-досугового типа. Дома культуры поселений работают в четырех основных направлениях: нравственно-патриотическое воспитание, эстетическое развитие, экологическое воспитание, спортивно-оздоровительное воспитание, информационно-просветительное. Учреждения взаимодействуют с органами местного самоуправления, предпринимателями, пожарными и воинскими частями, школами, расположенными на территориях поселений, организуют субботники, приглашают на встречи и консультации профильных специалистов. Предприниматели при этом достаточно охотно выступают спонсорами многих мероприятий. Но материальное обеспечение культурно-досуговых центров оставляет желать лучшего. Техника, сопровождение мероприятий морально устарели. В некоторых поселениях отсутствует интернет или его наличие не обеспечивает качественную передачу информации.

Таким образом, «муниципальная молодежная политика – это интеграция усилий различных субъектов социальной жизни: органов государственного и муниципального управления, общественных объединений, граждан, предприятий различных форм собственности. На уровне муниципальной молодежной политики есть реальная возможность осуществить принцип адресности, создать условия для реализации интересов молодых граждан и социальных групп. На муниципальном уровне особенно ощутимы различия в направлениях молодежной политики. С одной стороны, это в целом позитивное явление, но, с другой стороны, молодежная политика ограничивается отдельными вопросами, а молодежь – объект этой политики, не получает целостного решения своих жизненно важных проблем» [2].

Анализ деятельности органов местного самоуправления, к сожалению, показывают, что муниципальные районы на сегодня уделяют недостаточное внимание данному вопросу. Этому причиной множество факторов: недостаточность бюджетных средств, отсутствие специалистов необходимой квалификации. Однако анализ показал, что текущая ситуация в большей части обусловлена тем, что развитие молодежи не является приоритетной задачей органов власти. Данный вопрос переносится от одной структуры к другой, фокус внимания нацелен на учащуюся молодежь, которую можно охватить мероприятиями сфер образования. Без внимания остаются работающая и безработная молодежь, возрастные группы от 20 до 30 лет. В течение значительного времени нет ни одной программы, нацеленной на создание условий для развития и роста молодежи. В связи с этим молодежная политика как в районе, так и в поселениях нуждается в коренном пересмотре. Необходимо в целом изменить

схему и механизмы реализации политики, отходя от единичных мероприятий к технологиям социального проектирования, успешно применяемым сегодня на федеральном уровне. Кроме того, следует рассматривать молодежь как группу с высоким потенциалом к самоорганизации. При наличии определенных навыков, используя систему кураторства или наставничества молодежь сама способна на реализацию множества задач.

Список использованных источников:

1. Макарова О. А. О некоторых аспектах реализации государственной молодежной политики в Забайкальском крае / Россия: тенденции и перспективы развития: секция Молодежь и будущая Россия; отв. ред. В. И. Герасимов. – М., 2017. – Вып. 12. Т. 1. – С. 784-789.

2. Спичкин М. Ю. Место и роль молодежи в контексте государственной молодежной политики на муниципальном уровне // Академическая публицистика. – 2020. – № 6. – С. 350-356.

**ИФРОВИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ**

**КИТАЙСКИЙ ОПЫТ ПО БОРЬБЕ С НОВОЙ КОРОНАВИРУСНОЙ
ИНФЕКЦИЕЙ (COVID-19) ПОСРЕДСТВОМ ПРИМЕНЕНИЯ
ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Бовдилова С. С., магистрант
Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор
Кемеровский государственный университет
bovdilova.svetlana@yandex.ru

На сегодняшний день Китай, ставший источником распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19), столкнулся с необходимостью предпринять крайние меры, включающие применение цифровых технологий в социальной сфере, в том числе и искусственный интеллект (далее ИИ), которые воспринимаются представителями многих стран международного сообщества как «цифровая диктатура». В настоящее время «первая волна» новой коронавирусной инфекции завершилась только в Китае во многом благодаря именно своевременным принятием данных мер.

Пандемия COVID-19 стала причиной появления многих трендов во всех сферах общественной жизни. Самым обсуждаемым и ярким последствием новой коронавирусной инфекцией является повышение темпов цифровых технологий в Китае. Под влиянием принятых властями ограничительных мер фирмам и потребителям пришлось быстро освоить цифровые технологии для продолжения деятельности в онлайн-режиме. Цифровые технологии способствует переходу в онлайн-режим здравоохранения, образования, трудовой деятельности, позволяет совершать онлайн-покупки [1, С. 21].

Сразу после начала эпидемии, правительство Китая объявило карантин в стране. Например, в провинции Хубэй были закрыты все общественные заведения, наложен запрет на выход людям даже на лестничную клетку без специального пропуска, лекарства и еда развозились курьерами. В остальных же провинциях и городах Китая предполагалось введение системы пропусков в жилых домах; запрещен приход гостей; рестораны и кафе работали только на доставку; введен контроль температуры тела населения. Также в Китае проводилась активная информационная политика, направленная на разъяснение профилактики коронавируса и на повышение социальной ответственности граждан. Кроме того, китайские власти приняли решение о переводе всех учебных заведений на дистанционное обучение [2]. Примечательно, что за нарушение карантина власти Китая 16 марта 2020 года ввели уголовную ответственность [3].

Следует обозначить, что Китай победил эпидемию не только благодаря ограничительным мерам со стороны правительства, но и ввиду широкого применения новых технологий, таких как 5G, искусственный интеллект, облачные сервисы. Они позволили повысить эффективность предпринимаемых мер, а также обеспечили эффективное распределение ресурсов и централизованное управление.

Сегодня Китай лидирует по качеству инновационного развития и занимает 15-е место [4, С. 357]. К началу 2020 г. в Китае свыше 130 компаний были задействованы для внедрения ИИ. Такие крупнейшие компании как Alibaba и Tencent создали свои научные центры по разработке и применению диагностического оборудования на базе ИИ [5].

Когда в провинции Хубэй и городе Ухань был объявлен карантин, власти Китая начали использовать технологии распознавания лиц, данные операторов сотовой связи и показатели тепловизоров, чтобы проконтролировать соблюдение режима. Кроме того, для дезинфекции территории, оповещения людей о запрете находиться на улице без маски, измерения температуры тела человека стали применяться дроны [6].

В частности, для того, чтобы не допустить дальнейшего распространение новой коронавирусной инфекции была создана государственно-частная система «Противоэпидемических кодов здоровья», что является логичным решением для страны, которая предварительно внедрила систему социальных кредитов. «Коды здоровья» доступны для населения Китая в виде мини-программ внутри популярных приложений: ведущего китайского мессенджера WeChat, платежной системы (кошелек) AliPay и аналогов Госуслуг. «Противоэпидемический код здоровья» – это QR-код конкретно одного цвета: зелёного, жёлтого, красного, который присваивается гражданину, указавшему персональные данные и информацию о своих передвижениях за последние 14 дней. Так, зелёный «Код здоровья» обозначает низкую вероятность заражения и разрешает его владельцу свободно перемещаться, жёлтый же QR-код означает наличие контакта с заражённым и символизирует соблюдать режим самоизоляции в течение 7 дней, а красный говорит о высокой вероятности заражения и необходимости соблюдать карантин продолжительностью в две недели. Если программа заносит человека в группу риска, то он получает от приложения рекомендацию не выходить из дома и, что крайне важно, дистанционно сообщить врачам о контактах с заражённым. Цвет кода может измениться в любой день, так как программа автоматически анализирует информацию, поступающую от пользователей, а в общественных местах часто просят отсканировать имеющийся QR-код для пополнения истории посещений [7].

Также, для предотвращения распространения COVID-19, в ряде больниц Китая появились специальные интеллектуальные роботы-дезинфекторы, что обеспечивало безопасность врачей и сокращению рисков инфекций. Такие роботы в круглосуточном режиме дезинфицировали палаты, в которых находились больные коронавирусом. Кроме того, такие роботы помогали медработникам с раздачей лекарств больным, сбором мусора и сменой грязного белья

больных. В провинции Цзянсу роботы с поддержкой 5G, изобретенные научно-технической компанией Cloudminds и компанией China Mobile, самостоятельно передвигались в местах массового скопления людей, измеряя температуру. Помимо этого, китайские учёные разработали робота-опрыскивателя на дистанционном управлении, который помогает снизить передачу новой коронавирусной инфекции в густонаселенных городских районах [8].

12 февраля 2020 года Хуачжунским научно-техническим университетом и китайским технологическим гигантом Huawei была разработана система, которая с помощью ИИ, стала различать ранний, прогрессирующий и тяжелый период заболевания. Основываясь на многочисленных обзорах данных изображений, врачи смогли лучше оценивать прогрессирование заболевания и влияние лекарств на пациентов, у которых подтвердили заболевание коронавирусом нового типа [9].

Таким образом, пример Китая продемонстрировал всему миру, что грамотное использование цифровых технологий, в том числе искусственного интеллекта помогло в кратчайшие сроки прекратить распространение новой коронавирусной инфекции и успешно преодолеть последствия карантина. Эти технологические решения уже подтвердили свою эффективность в Китае и теперь могут быть использованы и в других странах. Вместе с тем существуют некоторые технологические и моральные риски в отношении новых разработок, появляются опасения в связи с вводимыми ограничениями свобод, сбором личных данных граждан, контролем людей для предотвращения распространения вируса. Особенно актуальным становятся проблемы конфиденциальности и личной информации. Вопросом их решения задается большое количество экспертов по всему миру, но на данный период времени эти вопросы уходят на последний план, поскольку пандемия еще не побеждена и продолжает быстро распространяться по всему миру.

Список использованных источников:

1. Митяева Н. В., Заводилов О. В. Барьеры цифровой трансформации и пути их преодоления // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2019. – № 3 (77). – С. 20–24.

2. Косолапов Е. Коронавирус в Китае: как это было? Инновационный центр «Сколково». URL: <https://sk.ru/news/koronavirus-v-kitae-kak-eto-bylo/> (дата обращения: 26.10.2020).

3. В Китае ввели уголовную ответственность за нарушение карантина. URL: <https://tass.ru/obschestvo/7997473> (дата обращения: 01.11.2020).

4. Яньцзы С., Ашмарина Т. И. Цифровые технологии в АПК Китая // Физика и современные технологии в АПК: материалы XI Международной молодежной конференции. – Орел: ООО Полиграфическая фирма «Картуш», 2020. – С. 355-360.

5. Китай: искусственный интеллект и роботы в борьбе с коронавирусом. URL: http://zavtra.ru/blogs/kitaj_iskusstvennij_intellekt_i_roboti_v_bor_be_s_koronavirusom (дата обращения: 25.09.2020).

6. Ухань посадили под «домашний арест». URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4250179> (дата обращения: 10.10.2020).

7. Русинова З. «Код здоровья» – зелёный? Ухань после двух месяцев карантина. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8053221> (дата обращения: 01.10.2020).

8. Китай: искусственный интеллект и роботы в борьбе с коронавирусом. URL: http://zavtra.ru/blogs/kitaj_iskusstvennij_intellekt_i_roboti_v_bor_be_s_koronavirusom (дата обращения: 05.10.2020).

9. Искусственный интеллект способствует количественному анализу медицинских изображений для диагностики пневмонии, вызванной коронавирусом нового типа. URL: <http://russian.people.com.cn/n3/2020/0213/c31517-9657150.html> (дата обращения: 07.10.2020).

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ В РОССИЙСКОЙ ШКОЛЕ: ВЫЗОВЫ И ПРОБЛЕМЫ В ПЕРИОД САМОИЗОЛЯЦИИ

Золотова О. В., студент

Южный федеральный университет

olya.zolotova.99@mail.ru

Актуальность темы исследования обусловлена цифровизацией всех уровней образовательной системы в период пандемии коронавируса. В связи с форсированным внедрением дистанционного обучения в школах интерес представляют возможные изменения в области методов, принципов организации урока, контроля успеваемости, объёмов выполняемой работы преподавателями и учениками. На примере школы № N, Сальского района, Ростовской области, также школы № M, Астраханской области будут выявлены новые вызовы, определены минусы и плюсы дистанционного обучения с точки зрения преподавателя и учащихся.

Были применены следующие методы: анализ теоретико-методологических материалов и документов, которые содержат нормативно-правовые основы дистанционного обучения в Российской Федерации, для сбора эмпирической информации применялся метод интервью.

Первоначально необходимо дать определение дистанционного обучения. Понятие, сформулированное В. И. Овсянниковым, отражает широкую специфику цифровизации образования: «Дистанционное образование – это форма обучения, при которой образовательная коммуникация осуществляется по преимуществу опосредованно на расстоянии на основе использования самых разнообразных видов связи и средств» [1, С. 47].

Есть понятие электронного образования. В Ст. 16 Федерального закона от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в РФ» также отсутствует понятие дистанционного обучения, но закреплено понятие электронного образования, под которым понимается «организация образовательной деятельности с при-

менением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий...». Важно осознавать, что понятие «дистанционный» подразумевает исключительно технологию. Это также отражено в законе, где «под дистанционными образовательными технологиями понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников» [2].

Факт отсутствия в законе понятия «дистанционное обучение» (далее ДО) свидетельствует об отсутствии данной практики, которая бы реализовывалась на постоянной основе. С этим и могут быть связаны проблемы, которые возникли при переходе школы на дистанционный формат обучения.

А. М. Берштандский и И. Г. Кревский рассматривают проект Концепции информационно-образовательной среды открытого образования РФ, где также дано только понятие дистанционного образования, под которым понимается «...совокупность информационных и педагогических технологий целенаправленного организованного процесса синхронного и асинхронного интерактивного взаимодействия обучающихся и обучающихся между собой и со средствами обучения, инвариантного к их расположению в пространстве и организованного во времени» [3, С. 100].

Е. С. Полат также заявляет о необходимости чёткой формулировки понятия дистанционного обучения, говоря о целях, методах реализации учебного процесса в условиях онлайн и офлайн режима в сравнительной перспективе. По мнению исследователя, цели дистанционного и традиционного формата являются аналогичными, поскольку дистанционное обучение не направлено на сокращение учебной программы. Объектом изменений является форма подачи учебного материала, взаимодействие между преподавателем и обучающимися. О малой степени разработанности дистанционного обучения свидетельствует отсутствие изменений в дидактических принципах организации дистанционного обучения, констатируемые Полатом [4, С. 2]. Исходя из этого, однозначного понятия «дистанционного обучения» не предложено.

«Концепция создания и развития единой системы дистанционного образования в России» от 1995 года – это первым нормативно-правовой документ, закрепляющий принципы дистанционного обучения, как технологии [5]. Он не распространялся на школы, университеты, его основными объектами являлись вооружённые силы России, сотрудники производственных предприятий. Это было обусловлено неразвитостью информационно-коммуникационной среды, низкой материально-технической оснащённостью большинства учебных заведений, отсутствием специалистов, готовых осваивать современные средства организации автоматизированного образовательного процесса, отсутствием соответствующих методик. 18 декабря 2002 г. был создан приказ № 4452 «Об утверждении методики применения дистанционных образовательных технологий в образовательных учреждениях высшего, среднего и дополнительного профессионального образования Российской Федерации» [6].

Факт его наличия стоит рассматривать, как прогресс, однако он имеет недостаток, заключающийся в затруднении идентификации и персонализации работ обучающихся, что является необходимым условием, гарантирующим объективность результатов, полученных на срезе учебного процесса. В продолжение данного нормативного акта был принят в 2003 году документ «Временные требования, предъявляемые к образовательным учреждениям среднего, высшего и дополнительного профессионального образования при проведении лицензионной экспертизы и проверки их готовности к реализации образовательных программ с использованием в полном объеме дистанционных образовательных технологий» (утратил силу) [7]. Данные акты способствовали быстрому развитию дистанционного обучения, но вели к серьезным нарушениям и подрыву его истинных целей, часто граничащих с необоснованной выдачей дипломов и ростом коммерческих ВУЗов, которые эксплуатировали данную практику с целью получения прибыли.

Злоупотребление практикой дистанционного обучения вызвало кризис, что заставило Министерство образования и науки Российской Федерации в 2005 году свернуть ряд программ развития данного формата. Дальнейший анализ недостатков способствовал разработке новых, детализированных принципов, которые были заложены приказом Минобрнауки РФ от 6 мая 2005 г. № 137 «Об использовании дистанционных образовательных технологий» [8]. Он зафиксировал установленные правила использования ДО во всех типах образовательных учреждений, что вывело данную практику на новый уровень, характеризующийся универсальностью, что способствовало новому витку её распространения. В 2014 году выходит ещё один приказ Минобрнауки «О порядке применения... электронного образования» [9], в котором предоставили возможность образовательным организациям в самостоятельном режиме фиксировать аудиторные часы преподавателей или же отменять их. Это влечёт за собой де-юре отсутствие фиксированной ставки у преподавателей и коэффициента заработной платы, а также задаёт нерегламентированную нагрузку. Также не разработанной осталась система идентификации обучающегося, которая бы помогала установить авторство выполняемых работ. Это является основной проблемой дистанционного обучения, как технологии.

Таким образом, нормативно-правовая база, регламентирующая практику дистанционного обучения в России, дополнялась, совершенствовалась. Но плохое качество организационно-технической составляющей, предпочтение традиционного формата обучения порождает отрицательное отношение к использованию дистанционных технологий.

Основным принципом реализации ДО, по мнению Д. Зубковой, является системно-деятельностный подход, предполагающий освоение учебного материала в самостоятельном режиме [10, С. 77]. В таком случае возникает проблема организации контроля знаний со стороны преподавателя. Ученик может нарушать авторские права, демонстрировать свою успеваемость за счёт других работ, поэтому необходимо выработать определённые критерии оценивания и проверки его заданий. Решением данной проблемы представляется внедрение

технологии – антиплагиат, фокусирующей на анализе показателя оригинальности подхода ученика к выполненной работе.

Система контроля знаний в практике ДО представляется наиболее слабой составляющей, исходя из условий, что она должна носить систематический и регулярный характер. Согласно Д. В. Зубковой, система тестирования является наиболее распространённой формой проверки знаний, однако основным её недостатком является выработка и формирование системных и стандартизированных знаний у обучающегося [10, С. 78]. Исходя из этого, наиболее приемлемой формой контроля знаний в условиях ДО может быть собеседование, структура которого может выстраиваться на основе контрольных вопросов с детальной аргументацией и объяснением, разработкой индивидуальных проектов, а также деловые игры, рассматривающие различные проблемные кейсы.

Реализация предложенных принципов дистанционного обучения определяется приказом Министерства просвещения № 104 от 17 марта 2020 г. «Об организации образовательной деятельности в организациях, реализующих образовательные программы начального общего, основного общего и среднего общего образования, образовательные программы среднего профессионального образования, соответствующего дополнительного профессионального образования и дополнительные общеобразовательные программы, в условиях распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации» [11].

Были проведены интервью среди преподавателей и обучающихся двух общеобразовательных школ в одном из малых городов Астраханской области (города N) и Ростовской области (города M) с 3 мая по 8 мая. Среди преподавателей всего было опрошено (N=20 из них 10 преподавателей и 10 учеников 7-11 классов). С целью выявления новых вызовов, определения минусов и плюсов дистанционного обучения с точки зрения преподавателя и учащихся были предложены вопросы интервью которые уточняли: длительность онлайн-урока, успеваемость пройденного материала, испытываемые трудности обучающиеся в условиях онлайн-обучения, каким образом успеваемость школьников изменилась в период дистанционного обучения.

Итоги интервью таковы: продолжительность занятий в двух школах составляет от 30-35 минут, т. е. урок сокращён.

Сокращение каждого урока на 15 минут является причиной существенного отставания от запланированной программы. Интервьюируемый респондент – учитель (преподаватель истории) фиксирует: *«занятие максимально адаптировано и попадает в регламент ДО, учебный материал одного занятия мы пройти успеваем»*, преподаватель немецкого языка отмечает: *«материал успеваем пройти, но не на всех уроках, так как материал бывает довольно объёмный»*. Освоение части программы переходит в режим самостоятельного изучения, это в свою очередь создаёт дополнительную нагрузку для обучающегося.

Концентрация внимания, обучающего вызывала затруднения. 6 из 10 респондентов-учителей говорили о случаях, когда ученик фиксирует своё присутствие в чате урока, но не принимает активного участия на занятии. *«Концентрация внимания у большинства учащихся слабая, проявляется это в частых вопросах, дети переспрашивают...это отнимает много времени»; «...в таком режиме достаточно трудностей при концентрации внимания учащихся. Главная трудность – это дисциплина самого ученика, его организованность и добросовестность в процессе обучения».*

Политика, запрещающая фиксировать неудовлетворительные оценки ученика, была подтверждена респондентом-учителем (история): *«Успеваемость изменилась в лучшую сторону, но такой результат связан с использованием сайтов ГДЗ (готовые домашние задания)»*

Рассмотрим ответы респондентов-учителей на вопрос о минусах дистанционного обучения. Учитель истории: *«невозможность живого контакта с учеником»*; Учитель немецкого языка: *«плохая оснащённость средствами обучения. Т. е. учителю необходимо индивидуально подходить к тому, чем пользуется ученик в процессе ДО. Кто-то имеет возможность работать в общем чате, у кого-то только электронная почта, кто-то забирает распечатанные учебные материалы со стола выдачи в учебном заведении»*; учитель биологии: *«С родителями нужно быть 24/7 на связи».*

Исходя из этого у преподавателей не было нормированного рабочего дня, это связано с несвоевременным выполнением домашних работ обучающимися, которые отправляют на контроль задания вне установленного тайминга. В документации, устанавливающей принципы работы преподавателя, переработка не учитывается, индексация заработных плат не изменяется, а оплата интернета за счёт образовательных структур не предоставляется. Все расходы ложатся непосредственно на участников учебного процесса.

О дальнейшей перспективе использования дистанционного обучения учителя выражали сомнения. Учитель истории: *«К сожалению, для себя как преподавателя, больших плюсов я не увидела, разве что совершенствование технической стороны использования мессенджеров».* Учитель биологии не конкретизировал свой ответ: *«Плюсы ДО в том, что процесс обучения продолжается, несмотря ни на что!»*

В основе интервью среди школьников был заложен метод самоанализа, т. е. задача обучающихся в самостоятельном режиме рассмотреть свою успеваемость, оценить степень личного удобства дистанционного обучения, проанализировать преимущества, недостатки данной практики в сравнительной перспективе с традиционной формой обучения. Все десять респондентов положительно оценивают практику дистанционного обучения. Они это обуславливают возможностью самостоятельно освоить организаторские навыки в области чёткого планирования своего времени, овладеть умением решать образовательные задачи в оперативном режиме.

Ответы, подтверждающие увеличение образовательной нагрузки, фиксирует ученик 7 класса: *«мало времени на выполнение заданий и их слишком*

большой объём», такой вектор поддерживается обучающимся 11 класса: «*недостаточно времени на уроке, чтобы усвоить весь материал, поэтому много задают индивидуальных проектов*». Индивидуальные проекты эффективны, поскольку ограничивает использование ресурсов ГДЗ. Сложность заключается лишь в большом количестве таких работ. Это несёт ущерб состоянию здоровья обучающегося, на фоне повышенной усталости. Также ученики подтверждают точку зрения преподавателей, в вопросе внешних факторов, которые могут их отвлекать в процессе учёбы. Начиная от просьб, поручений родителей в период перерывов между занятиями, заканчивая интернет-платформами, содержащими развлекательный контент.

Несмотря на эти факторы, 7 из 10 респондентов отмечают стабильность в своей успеваемости, 3 респондента утверждают, что динамика в их успеваемости улучшилась. 10 из 10 респондентов-учеников констатируют нехватку в общении со сверстниками, т. е. дистанционное обучение не обеспечивает в полной мере процесс социализации для обучающихся.

Таким образом, исходя из частных кейсов, школы не были готовы, и учителя тоже к вызову, а именно моментальному переходу от традиционного формата обучения к дистанционному. Это подтверждает, предложение министерства образования закончить учебный год раньше. Также необходимо доработать нормативно-правовую базу с учётом тех проблем, которые были выявлены. При сравнении дистанционного и традиционной форм обучения, преподаватели останавливаются на втором варианте. Обучающиеся приветствуют дистанционный формат. Их готовность выполнять большой объём работы не пугает в силу развития сетевого сообщества в XXI веке. Для них остаётся проблемой вопрос коммуникации, социализации со своими сверстниками, поэтому стоит рассмотреть возможность комплексного формата обучения, сочетающего в себе как традиционный подход, так и технологию дистанционного обучения.

Список использованных источников:

1. Чефранова А. О. Теоретические аспекты дистанционного обучения // Новый информационные технологии. – 2018. – №2. – С. 47-51.
2. Федеральный Закон от 29.12.2012 № 273 - ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» // КонсультантПлюс. – 2020. – Ст. 16.
3. Бершадский А. М., Кревский И. Г. Дистанционное и открытое образование: проблемы и перспективы // Интеграция образования. – 2002. – №2/3. – С. 99-102.
4. Полат Е. С. дистанционное обучение. URL: <https://gigabaza.ru/doc/101024.html> (дата обращения: 27.10.2020).
5. Постановление Государственного Комитета Российской Федерации по высшему образованию «Концепция создания и развития единой системы дистанционного образования в России» от 01.01.2001 № 6. URL: <https://pandia.ru/text/78/302/22561.php> (дата обращения: 27.10.2020).

6. Развитие дистанционного обучения в начальном и среднем профессиональном образовании. URL: <http://nauka-pedagogika.com/pedagogika-13-00-08/dissertaciya-razvitiie-distantsionnogo-obucheniya-v-nachalnom-i-srednem-professionalnom-obrazovanii> (дата обращения: 27.10.2020).

7. Приказ Минобрнауки РФ от 02.08.2005 № 218 «О Временных требованиях, предъявляемых к образовательным учреждениям среднего, высшего и дополнительного профессионального образования при проведении лицензионной экспертизы и проверки их готовности к реализации образовательных программ с использованием в полном объеме дистанционных образовательных технологий». URL: <https://legalacts.ru/doc/prikaz-minobrnauki-rf-ot-02082005-n-218/> (дата обращения: 27.11.2020).

8. Приказ Минобрнауки РФ от 06.05.2005 № 137 «Об использовании дистанционных образовательных технологий». URL: <https://legalacts.ru/doc/prikaz-minobrnauki-rf-ot-06052005-n-137/> (дата обращения: 27.11.2020).

9. Приказ Минобрнауки РФ от 09.01.2014 № 2 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ». URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=229050> (дата обращения: 27.11.2020).

10. Зубкова Д. В. Возможности дистанционного обучения и контроля знаний в школе // Наука, образование и культура. – 2018. – № 4. – С. 77 – 80.

11. Приказ Министерства Просвещения РФ от 17.03.2020 № 104 «Об организации образовательной деятельности в организациях, реализующих образовательные программы начального общего, основного общего и среднего общего образования, образовательные программы среднего профессионального образования, соответствующего дополнительного профессионального образования и дополнительные общеобразовательные программы, в условиях распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/73679183/> (дата обращения: 17.11.2020).

РАЗВИТИЕ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ: ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПЛОЩАДОК ВУЗОВ В 2020 ГОДУ

Грицкевич Т.И.* , д. филос. н., профессор
Кемеровский государственный университет,
taigree@yandex.ru

Лавина Т. А.* , д. пед. н., профессор,
Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова
tlavina@mail.ru

Захарова А.Н.* , к. психол. н., доцент,
Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова
zaharova_an@mail.ru

*Эксперты рабочей группы по проведению оценки Министерством образования и науки РФ подтверждения статуса Федеральной инновационной площадки Федеральных государственных бюджетных образовательных учреждений высшего образования РФ в 2020 году¹

Инновационная деятельность учреждений высшего образования направлена на формирование в современной молодежи личности будущего профессионала, способного к непрерывному компетентностному образованию [1, 2], конкурентоспособного в условиях постоянно изменяющегося рынка труда [3, С. 482-483], что, несомненно, влечет за собой трансформации структуры и содержания традиционного образования [4, С. 1416-1415].

Одним из приоритетных направлений инициирования инновационной активности молодежи со стороны государства является развитие цифровых компетенций, которые в будущем должны дать развитие цифровой экономики государства и развития е-коммерции и предпринимательства. Так паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденный президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 № 7, особо подчеркивает ведущую роль образовательных учреждений в ликвидации цифрового неравенства и доступности информации молодежи в отдаленных уголках России; актуализирует преимущественность развития цифровых компетенций молодых профессионалов, выходящих из стен ВУЗов сегодня [5, С. 159-160; 6].

В этой связи требуется принятие стратегических решений в части определения перспективных направлений развития высшего образования и развития содержания образовательных программ профессионального образования, актуализированных под потребности будущего [7 С. 11; 8, С. 385]. Необходима адресная поддержка работающих с молодежью преподавателей с

¹ Исследование выполнено в целях исполнения обязательств по Договору от 16 октября 2019 г. № 02.244.11.0013, заключенному между Министерством науки и высшего образования Российской Федерации и ООО «ФЭС».

целью передачи навыков и умений применения современных цифровых технологий при организации образовательного процесса. Для этих задач особо востребованной становится разработка инновационных подходов, обновленного содержания и перспективных технологий формирования и развития цифровых компетенций обучающихся, с учетом уровня профессионального образования и тех профессиональных задач, к осуществлению которых готовится выпускник.

Ожидаемые компетенции молодого специалиста, способного интегрироваться в современную экономику, во многом определяются потребностями развития самого производства:

- обновление содержания технологических процессов;
- изменение структуры промышленных предприятий (микроуровень);
- изменение отраслевой структуры промышленности (макроуровень);
- изменение подходов к организации/локализации производств;
- формирование новых типов индустриальной кооперации;
- усиление интеграции производства с наукой и образованием;
- переход к идеологии «непрерывности» инновационного процесса в производстве;
- формирование экономических отношений и институтов, направленных на индустриальный/научно-технический прогресс.

Такая повестка формирует востребованность развития специалистов – лидеров изменений, лидеров инноваций.

Такие задачи способна решить только гибкая система организации учебного процесса высшего образования. Модернизация образовательной системы изначально ориентирована на инновационность.

Инновацией в образовательном процессе высшего и профессионального образования является введение новых изменений в содержание обучения (методы, методики, технологии, формы), которое влечет значительные изменения характера познавательной деятельности и стиля мышления молодых специалистов, формирование у них инновационных компетенций.

Инновационное развитие ВУЗа представляет собой совокупность мероприятий, ведущих к формированию и реализации новых идей и знаний, способных совместно с обучающимися к воплощению, практическому использованию в реализации проектов, удовлетворяющих стратегическим ориентирам развития экономики.

Цели и основные направления модернизации и инновационного развития отечественной экономики определены в Указе Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», основных направлениях деятельности Правительства на период до 2024 года, утвержденных Правительством Российской Федерации 29 сентября 2018 г. № 8028п-П13 и Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации,

утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 1 декабря 2016 г. № 642.

Обеспечение реализации стратегических ориентиров государственного развития является региональные инновационные кластеры с большой долей организаций, создающих инновационную продукцию, а также со сформированной инновационной инфраструктурой, включающей взаимодействие между собой образовательных учреждений, центров исследований и разработок, бизнес-инкубаторов, технопарков, инжиниринговых центров и других участников инновационных процессов.

На создание инновационных элементов инфраструктуры в образовательных учреждениях направлен Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 22 марта 2019 г. N 21н «Об утверждении Порядка формирования и функционирования инновационной инфраструктуры в системе образования».

Вузам самостоятельно дается право, в том числе и право издавать локальные правовые акты, регулирующие инновационную инфраструктуру образовательного учреждения с учетом её исторических, региональных особенностей и целевой аудитории. При этом инновационная инициатива определена достаточно широко в разработке, апробации или внедрении:

- новых педагогических технологий и систем воспитания;
- инновационных образовательных программ и программ развития образовательных организаций, работающих в сложных социальных условиях;
- новых профилей подготовки, обеспечивающих формирование кадрового и научного потенциала инновационно-технологического развития Российской Федерации;
- методик подготовки, профессиональной переподготовки и повышения квалификации кадров, на основе внедрения современных образовательных технологий;
- новых механизмов, форм и методов управления образованием;
- новых институтов общественного участия в управлении образованием;
- новых механизмов сетевого взаимодействия образовательных организаций высшего образования;

Целью активизации процессов формирования инновационной инфраструктуры как указано в Постановлении Правительства РФ №377 от 29.03.2019 года является обеспечение доступности информации и материально-технологического обеспечения для участников развития инновационного кластера экономики, необходимых для осуществления научной, научно-технической и высокотехнологичной деятельности.

Поставленные цели, прежде всего, направлены на развитие научно-исследовательского и профессионально-компетентного потенциала российской молодежи, как источника инновационной инициативы.

По итогам оценки реализации проектов ведущих ВУЗов, имеющих статус Федеральной инновационной площадки за деятельность в 2020 году хотелось бы особо отметить проекты, направленные именно на развитие цифровых инновационных компетенций молодежи.

Ульяновский государственный университет, реализующий проект «Создание системы дополнительного образования в интересах сегмента «новой экономики» Ульяновской области» организовал 21.05.2019 года на базе Ульяновского государственного университета Университетскую Точку Кипения [9].

Университетом подписан меморандум между АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», АНО «Платформа национальной технологической инициативы», АНО «Университет национальной технологической инициативы 2035», что обеспечило организационно-нормативное сопровождение системы дополнительного профессионального образования цифровым компетенциям молодежи Ульяновской области.

УлГУ апробирована модель проблемно-деятельностного обучения проектно-образовательного интенсива «Проектная мастерская цифровой трансформации 2.0» совместно с АНО «Университет Национальной технологической инициативы 2035» в процессе реализации программы дополнительного образования «Продукты и технологии цифровой экономики». В отборе на программу на цифровой платформе Университет 2035 приняло участие более 250 студентов УлГУ. Завершило обучение с оценкой сформированных инновационных цифровых компетенций 67 студентов. Было открыто пространство коллективной работы «Точка кипения». Овладение цифровыми компетенциями каждым студентом происходило в поэтапной деятельности выполнения авторского проекта, в сопровождении очных и онлайн образовательных активностей.

Из разработанных проектов выделено 10 подготовленных студенческих проектов с применением VR/AR технологий.

Ульяновским госуниверситетом проведена апробация системы подготовки инноваторов образовательного процесса - мастеров сквозных технологий, наставников, навигаторов инновационного цифрового проектирования. Обеспечению образовательной деятельности предшествовала подготовка команды преподавателей по проведению командного проектного обучения, позволившая реализовать по программу дополнительного образования «Продукты и технологии цифровой трансформации». Всего было подготовлено 10 проектных наставников, 10 навигаторов групповой проектной работы и 5 мастеров сквозных технологий. Эта организационная команда сопровождала проектное обучение образовательного интенсива «Проектная мастерская цифровой трансформации 2.0».

Ульяновским госуниверситетом начата реализация инновационного проекта для школьников «Образовательное пространство роста лидеров тех-

нологического прорыва», предполагающего подготовку школьников к участию в олимпиаде НТИ по профилям «Виртуальная и дополненная реальность», «Большие данные», «Информационная безопасность».

В структуру организаций-соисполнителей инновационного образовательного проекта (организаций-партнеров при реализации инновационного образовательного проекта) Ульяновским госуниверситетом привлечены АНО ДО «Центр кластерного развития Ульяновской области», нано-технологический центр ULNANOTECH, Ассоциация «Национальная платформа «Открытое образование».

Нанотехнологический центр ULNANOTECH, в реализации инновационного проекта ФИП: «Создание системы дополнительного образования в интересах сегмента «новой экономики» Ульяновской области» осуществлял взаимодействие Ульяновского госуниверситета с региональным бизнес-сообществом в области развития предпринимательского образования, совместное формирование пула реальных проектов по технологиям виртуальной и дополненной реальности и технологии распределенного реестра для содержания образовательных программ.

Ассоциация «Национальная платформа «Открытое образование» обеспечила консультирование в части применения онлайн-обучения и предоставления молодежи доступа к образовательному контенту.

Эти базовые образовательные мероприятия явились успешной апробацией инновационной модели личностно-ориентированной и проектной организации программы дополнительного профессионального образования (ДПО) студентов и специалистов «Продукты и технологии цифровой экономики».

Новизна предлагаемых решений инновационного образовательного проекта заключается в том, что будет разработана и внедрена в практику система поэтапного обучения цифровой грамотности обучающихся с учетом уровней профессионального образования, отвечающая требованиям современного информационного общества, задачам развития цифровой экономики в Российской Федерации и учитывающая тенденции модернизации современной системы образования и безусловно развитие интеллектуального внимания к цифровым возможностям современной молодежи [10, С. 11-23].

Развитие науки в двадцать первом веке отмечается интенсивностью, ведь поиск ответов на поставленные вопросы, интересующие исследователей, во многом задан активностью социального взаимодействия и его смыслообразующих оснований и ценностей [11, С. 62-64; 12, С. 410-412].

Молодые профессионалы – это главная движущая сила будущего инновационного потенциала развития науки и производства.

Подводя итог, можно сказать, что в настоящее время требуется принятие стратегических решений в части определения перспективных направлений и содержания образовательных программ профессионального образования, поддержка преподавателей в области использования цифровых технологий при организации образовательного процесса; необходимым становится разработка

инновационных подходов, обновленного содержания и перспективных технологий формирования и развития цифровых компетенций обучающихся с учетом уровня профессионального образования и тех профессиональных задач, к осуществлению которой готовятся молодые профессионалы.

Развитие площадок совместного проектирования и компетентностного подхода в передаче навыков владения цифровыми коммуникациями позволяют российской молодежи осваивать творческую сферу экономики производства инноваций. Это, в свою очередь является обеспечением устойчивого развития инновационного кластера экономики.

Список использованных источников:

1 Лавина Т. А. Базовая подготовка магистров педагогического образования в области информационных и коммуникационных технологий // Ученые записки ИУО РАО. – 2017. – № 1 (61). – С. 65-68.

2. Александров А. Ю., Захарова А. Н., Николаев Е. Л. Формирование личностной конкурентоспособности будущего профессионала в условиях классического университета // Проблемы современного педагогического образования. – Ялта: РИО ГПА, 2016. – Вып. 51. Ч. 5. – С. 480-486.

3. Zakharova A., Talanova T., Dulina G., Semenov V., Getskina I., Semenova N. Psychological features of competitiveness of university students / The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. – Иркутск, 2018. – P.1416-1423. Vol. L.

4. Прокопенко С. А, Грицкевич Т. И., Равочкин Н. Н., Дягилева А. В. Исследование сущности интеллектуально инновационного потенциала горного инженера // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). – 2020. – № 7. – С. 155-177.

5. Clark B. R., Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation: Pergamon, IAU Press: Elsevier Science, 1998.

6. Грицкевич Т. И. Смыслы как порождение социальных взаимодействий / Актуальные проблемы современного гуманитарного знания: сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием; под общей редакцией З. А. Медведевой, О. Э. Васькиной. – Кемерово, 2020. – С. 10-12.

7. Goldshmidt E. S. Gritskevich T. I., Mesheryakova S. M., Cherepanov A. Y. Concept of Noospheric Education: Innovative Methods For Developing Personal Cognitive Strategies / The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. – Vol. XXXV. – No 45. – Pp. 383-394.

8. Открытие точки кипения в Ульяновском государственном университете. URL: <https://leader-id.ru/event/21252/> (дата обращения: 19.10.2020).

9. Лавина Т. А., Грицкевич Т. И., Захарова А. Н., Головина А. Г. Высшее образование: новое качество и форматы образования (по материалам лучших практик работы Федеральных инновационных площадок в 2019 году) // Современное образование: проблемы и перспективы развития. – Чебоксары, 2019. – С. 9-26.

10. Грицкевич Т. И. Антиномии идентичности и индивидуальности в поиске оснований социального взаимодействия / Социальные коммуникации: философские, политические, культурно-исторические измерения: сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Кемерово, 2020. – С. 62-67.

11. Gritskevich, T.I., Kazakov, E.F., Konovalov, A.B. Value Of Reforming Social And Economic Models Of Interaction In Society Development / The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. – Vol. XXXV. – No 49. – Pp. 402-428.

12. Касавина Н. А. Наука в современном российском обществе. Аналитический обзор // Epistemology & Philosophy of Science. – 2014. – №4 (42). – С. 77-90.

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

Кондрашов С. В., студент

Научный руководитель – Кузьмин П. В., д. полит. н., профессор
Таврическая академия Крымского федерального университета
им. В. И. Вернадского
weras1945@mail.ru

Начиная с осени 2019 года мир столкнулся с неожиданным и опасным вызовом в лице пандемии COVID-19. Под удар мирового кризиса попали не только сферы экономики и здравоохранения, но и весь образовательный процесс в целом. В Российской Федерации из-за особенностей своего географического положения адаптация к новым социальным условиям происходит медленно [1]. Совершается множество административных ошибок, которые влекут за собой ухудшение общего показателя усвоения образовательных программ среди обучающихся школьников и студентов. Нельзя однозначно говорить о неготовности всей образовательной системы России к очередному вызову времени, но необходимо адекватно и объективно смотреть на уже реализованные программы и совершенные ошибки в начале пандемии [2].

Часто в нашей стране любой кризис встречают резкими мерами, что проявилось в образовании через массовый перевод всех обучающихся на дистанционный формат. Было проигнорировано то, что электронные образовательные платформы просто-напросто не справятся с наплывом новых пользователей, а у большинства обучающихся нет свободного выхода в интернет-среду или нет необходимого оборудования для эффективного использования электронных образовательных платформ. В Центральной России данные проблемы можно было решить кардинально и в быстрые сроки, о чем нельзя сказать по отношению к Сибири и Дальнему Востоку, где обширность территории весомо повлияла на качество перехода к дистанционному образованию школьников и студентов [3].

В большинстве городов местный административный ресурс довольно успешно справился с поставленной целью, но в дальних районах периферии крупных городских агломераций возникло много проблем, о чем невозможно умалчивать, так как из этого негативного опыта можно вывести полезные элементы для дальнейшей адаптации образовательной системы к условиям пандемии. Если говорить об удаленных районах нашей страны, то дистанционное обучение в них представляет из себя работу обучающегося в социальной сети Вконтакте напрямую с преподавателем. Здесь не используют какие-либо электронные образовательные платформы, так как интернет-мощности в данных районах часто недостаточны для этих целей, не говоря уже о наличии стационарных компьютеров у самих обучающихся. Дистанционное образование осуществляется в данном случае через мобильный телефон с медленным мобильным интернетом, что приводит к низкой эффективности всего образовательного процесса в целом.

В больших городах задействуют для дистанционного образования бесплатные электронные образовательные платформы, среди которых наиболее популярны Ё-СТАДИ, Moodle, ATutor. Интерфейс данных платформ отличается простотой и практичностью, но для их эффективного использования необходим компьютер и бесперебойный доступ к интернет-ресурсу. Размещение преподавателями на данных ресурсах своих программ позволяет им закрепить за собой персонально результат педагогической деятельности, что значительно повышает уровень общей компетенции педагога [4].

Следует отметить, что в процессе адаптации образовательной системы к вызовам времени возникли новые проблемы в виде неспособности некоторой части преподавательского состава к быстрому обучению работы на новых образовательных платформах. Были примеры, когда сами студенты и школьники обучали преподавателя освоению электронных образовательных платформ, что, несомненно, положительно сказалось на межличностной коммуникации [5]. Межличностная коммуникация в период пандемии между преподавателем и обучающимися вышла на новый уровень, хотя в удалённых районах страны мы можем наблюдать полный разрыв в коммуникационном процессе. Положительным показателем влияния сложившегося кризиса на образовательную систему нашей страны можно выделить объем информации, который усваивают обучающиеся на дистанционном формате, но так как используются разнообразные электронные образовательные платформы, то статистически определить данный показатель представляется затруднительным. В дальнейшем, по заявлению Министерства просвещения Российской Федерации, планируется создание единой отечественной электронной образовательной платформы, но это потребует затрат финансов и продолжительного времени, чего сейчас у нас нет в достаточном количестве.

В заключении стоит отметить, что Российская Федерация не стала исключением из правил в отношении перехода образовательного процесса в режим «онлайн», но тот факт, что в нашей стране уделяют мало внимания работе

по анализу совершенных ошибок в данном вопросе отрицательно скажется в дальнейшей адаптации к условиям мировой пандемии COVID-19.

Список использованных источников:

1. Приказ Министерства просвещения от 14.03.2020 № 104 «Рекомендации по дистанционному обучению в условиях распространения коронавирусной инфекции» // Сборник федеральных приказов Российской Федерации. – 2020.– ст. 528.
2. Ахметова Д. З. Дистанционное обучение: от идеи до реализации. – Казань: Изд-во «Познание» Института экономики, управления и права, 2009. –176 с.
3. Андреев А. А., Солдаткин В. И. Дистанционное обучение: сущность, технология, организация. – М.: Издательство МЭСИ, 1999. – 196 с.
4. Дистанционное образование: педагогу о школьниках с ограниченными возможностями здоровья / под ред. И. Ю. Левченко, И. В. Евтушенко, И. А. Никольской. – М.: Национальный книжный центр, 2013. – 336 с.
5. Кулаченко М. П. Педагогическое общение: учебное пособие для вузов. – М.: Юрайт, 2020. – 152 с.

КРИЗИС ВЫСШЕГО ГЛОБАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ COVID-19

Кушнаренко А. Е., студент

Научный руководитель – Береговая О. А., к. филос. н., доцент

Сибирский институт управления - филиал РАНХиГС

a_kushnarenko@bk.ru

События последнего времени показывают, что для выживания в глобализированном мире институты, граждане и общество должны адаптироваться к тенденциям единообразия, расширения идей и практики в различных сферах, включая высшее образование.

Необходимо понимать, что в последующем десятилетии человечество станет более открытым, чем когда-либо к изменениям и вызовам, поскольку вошло в непростой период пандемии COVID-19, которая привела к кризису не только в экономике, но и глобальном образовании. Это выразилось в массовом переходе на дистанционное обучение. Кризис COVID-19 усилил необходимость перемен в глобальном образовании. Университеты столкнулись с неотложными проблемами, требующими решения: значительное сокращение бюджета, растущее нежелание студентов оплачивать полную плату за онлайн-обучение, возможное исчезновение иностранных студентов, которое влияет на модель глобального образования во всем мире.

В секторе высшего образования кризис COVID-19 представляет собой серьезную угрозу для системы. Происходит катастрофическая нехватка доходов университетов, что приводит к массовому сокращению рабочих мест и

серьезным сбоям в обучении и исследованиях. В некоторых странах это сопровождается ростом государственного долга, который правительства были вынуждены накапливать из-за борьбы с COVID-19.

Для таких стран, как Китай, где сектор был недостаточно развит и недофинансирован, кризис в основном связан с увеличением инвестиций, поиском критически важного человеческого капитала и обеспечением того, чтобы эти инвестиции приносили стабильные результаты [1, С. 1236]. Для других стран давление исходит из требований большей эффективности и озабоченности по поводу соотношения цены и качества (как в образовании, так и в исследованиях), а также из-за беспокойства по поводу подготовки выпускников готовых к работе, расширения доступа к возможностям получения образования.

COVID-19 привлек внимание к увеличению числа студентов как к основному способу покрытия растущих расходов на содержание университета. Некоторые из них были связаны с привлечением большего количества местных студентов через новые курсы, но подавляющее большинство увеличения доходов связано с резким увеличением количества мест для иностранных студентов. Это метод используется в Австралии и Великобритании, где набор иностранных студентов расширился со всего мира, особенно там, где в преподавании используется английский язык. В Европе студенческая мобильность пострадала больше всего (более 95 %).

Также высок процент в Америке (91 %) и Азиатско-Тихоокеанском регионе (85 %) [2, С. 27]. Азиатско-Тихоокеанский регион – это регион с самым высоким процентом вузов, которые увеличили виртуальную мобильность и ввели онлайн обучение. В Африке процент вузов, которые не увеличили виртуальную мобильность составляет 44 %, что немного меньше, чем у тех стран, которые перешли на онлайн обучение [2, С. 28]. Африка – это регион, для которого переход от очного обучения к виртуальной представляется наиболее трудным. Это связано с проблемой доступа к технической инфраструктуре, но развитие цифровой инфраструктуры и переход к более смешанному обучению как онлайн, так офлайн расширит возможности онлайн-мобильности как с точки зрения входящей, так и исходящей мобильности для студентов и преподавателей. Кризис усугубил цифровой разрыв, поскольку не все студенты имели доступ к технологиям и высокоскоростному интернету. Многие социально незащищенные студенты стали еще более уязвимыми во время кризиса, и их число увеличилось: около 40 % студентов были вынуждены прервать учебу или не смогли продолжить обучение из-за финансовых проблем [2, С. 31].

Если рассматривать Индию, то в марте 2020 года, как только страна почувствовала катастрофу, которую должен был вызвать COVID-19, правительство Индии приняло решение полностью заблокировать деятельность, что привело к закрытию всех высших учебных заведений [2, С.1240]. Кризис повлиял на прием новых студентов, экзамены, стажировки студентов, трудоустройство, предложения работы и мобильность студентов. Поскольку Индия – большая и разнообразная страна, в которой обучается около 38 миллионов

студентов, существует «цифровой разрыв» и чувство неравенства в сознании учащихся. Правительство Индии, университеты и администрация системы образования используют многосторонний подход, чтобы справиться со сложностями ситуации и минимизировать негативное воздействие кризиса COVID-19.

Европа находится в уникальном положении: высшее образование остается делом национального суверенитета, и, следовательно, фактический объем действий на европейском уровне весьма ограничен, европейские организации и структуры внесли значительный вклад в продолжение обмена и частично к сотрудничеству за пределами национальных границ. Программы по мобильности студентов были сформированы с учетом кризиса, позволяя отложить сотрудничество и мобильность, с максимальной гибкостью.

На уровне Европейского пространства воздействие кризиса COVID-19 на высшее образование обсуждался на заседаниях Болонской группы по дальнейшим действиям (BFUG), а также во многих рабочих группах. Эти переговоры способствовали обмену между странами-членами и европейскими организациями заинтересованных сторон, включая представителей высших учебных заведений, их студентов и сотрудников, а также помогли улучшить взаимопонимание, смягчить влияние сбоя в системе, вызванных закрытием границ [3, С. 2].

В пятерку стран, которые являются предпочтительным местом обучения индийских студентов, входят США, Великобритания, Германия, Канада и Австралия. Однако из-за недавней вспышки пандемии COVID-19 студенты, стремящиеся учиться в этих странах, пересмотрели свои варианты.

Пандемия COVID-19 привела к необходимости адаптации методик обучения из-за невозможности очных занятий. Таким образом, онлайн-обучение сыграло важную роль в высшем образовании за последние месяцы. Можно сделать вывод, что несмотря на трудности адаптации к совершенно другой методике обучения, сектор высшего образования продемонстрировал оперативность в поиске решения проблем, вызванных пандемией. Еще неизвестно, как это скажется на качестве обучения, особенно когда ситуация изменится с антикризисной на нормальную.

В условиях пандемии университеты по всему миру столкнулись с ситуацией неопределенности. Сообщество высшего образования теперь должно перейти от ситуации кризисного управления к более долгосрочному планированию на новый учебный год. Многие решения, реализованные во время кризиса, доказали свою полезность. Например, открытие кампусов поставит вопросы, связанные с поиском правильного баланса между очным и онлайн-обучением, между физической мобильностью и «виртуальным обменом».

Нынешний кризис представляет собой уникальную возможность для действительно подрывных идей в сфере глобального образования. Превращение кризиса в возможность потребует определенной степени изменений на

институциональном уровне – распада, слияния и закрытия факультетов, к которым немногие захотят приступить. И это потребует кардинальных изменений, которые нужно будет предпринять руководству университетов.

Это также потребует поддержки от политиков, им будет необходимо отойти от своего естественного желания контролировать университеты, перекладывая основную часть финансового бремени на других, подпитывая раздувание административного бремени, которое доминирует в университетском секторе, заикленном на соблюдении требований. В конечном счете, это требует от общества осознания в необходимости высшего образования, и понимания того, что они получают от этого.

Список использованных источников:

1. Peters M. A. The crisis of international education // Educational Philosophy and Theory. – 2020. – Vol. 52. No. 12. – P. 1233-1242.

2. COVID-19 impact on Higher Education: Institutional and Students' Perspectives // International Association of Universities. URL: https://www.iau-aiu.net/IMG/pdf/joint_paper_iau_and_esn_-_institutional_and_students_perspectives_of_covid-19_impact_on_higher_education.pdf (дата обращения: 15.10.2020).

3. Protecting and Transforming Education for Shared Futures and Common Humanity - A Joint Statement on the COVID-19 Crisis. UNESCO. URL: <https://reliefweb.int/report/world/protecting-and-transforming-education-shared-futures-and-common-humanity-joint> (дата обращения: 15.10.2020).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ НОВОВВЕДЕНИЙ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ В ГЕРМАНИИ

Новикова М. О., магистрант
Научный руководитель – Телин К. О., к. п. н.
Московский государственный университет
Mariya.novikova10@yandex.ru

Эксперты в области здравоохранения и политики ищут пути улучшения национальных систем здравоохранения с примерно схожей глобальной целью: сдерживать рост расходов на здравоохранение, повышая доступ к качественной помощи. С общим населением 82 миллиона человек, Германия делится на 16 земель, каждая из которых имеет сильную независимость в определении вопросов, связанных с здравоохранением. За последние 130 лет система выросла до такого размера, когда практически все население обеспечивается доступом к медицине. Все граждане по закону обязаны иметь медицинскую страховку.

В Германии усилия по реформированию в 2010-е годы были сосредоточены на сдерживании роста затрат в результате демографического перехода к

пожилому населению. В 2010 году система государственного медицинского страхования столкнулась с дефицитом в размере 9 млрд евро в год. В целях увеличения доходов для покрытия страховых выплат и контроля над затратами правящая коалиция ХДС-ППС приняла GKV-Finanzierungsgesetz для страховой реформы, который оставляет систему страхования в целом нетронутой, изменяя коэффициенты финансирования государственного медицинского страхования и реализует конкурентные меры по снижению затрат в частном страховании [1]. Стоит отметить, что поиск эффективного баланса между затратами на зарплаты врачей и расходами фондов в целом стал возможен только благодаря многораундовым переговорам между страховыми фондами и врачебной ассоциацией.

Немецкая система страдает от нескольких проблем, которые могут поставить под сомнение ее способность сдерживать расходы в течение длительного срока. Возможно, самая большая проблема данной системы заключается в ее обширной доступности, что может привести к росту спроса со стороны населения, а, соответственно, и расходам в данной сфере. Система имеет тенденцию использовать ресурсы неэффективно; на основе данных ОЭСР, немцы больше времени проводят в больнице, получают больше рецептурных препаратов и имеют более высокий процент госпитализации, чем граждане крупных развитых стран в ОЭСР [2]. Неспособность сдерживать расходы в 1990-х годах отчасти является отголоском воссоединения Германии. Бывшая Восточная Германия добавила расходов на здравоохранение, внося значительно меньший процент ВВП. Система здравоохранения Германии также сталкивается с давлением, связанным с затратами, обусловленными наличием более пожилого населения. Германия добилась благоприятного рейтинга и по другим критериям: она имеет финансируемую государством систему с практически универсальным охватом, однако с отсутствием очередей. В последние годы растет популярность приложений для здоровья и носимых устройств [3]. Медицинские приложения и носимые диджитал-устройства могут внести больший вклад в систему здравоохранения, чем просто мониторинг физических занятий, частоты пульса или калорий; они могут поддерживать хронических больных в лечении конкретных заболеваний, таких как болезнь Паркинсона, диабет или симптомов, связанных со стрессом.

Многие ученые подчеркивали, что постоянно растущие расходы на здравоохранение являются одной из основных социальных проблем для современных государств всеобщего благосостояния. Приложения для здоровья и носимые устройства могут иметь значительный потенциал для снижения этих затрат. Приложения и носимые устройства считаются полезными в области профилактической медицины и мониторинга заболеваний, поскольку геймификация здоровья повышает личную мотивацию и координацию. Германия только что запустила один из самых прогрессивных пилотных проектов в истории здравоохранения. В 2019 году парламент принял закон о цифровой помощи Digitale Versorgung Gesetz (DVG), который вводит цифровые приложения для здравоохранения Gesundheitsanwendungen (DIGA) в государственную

систему здравоохранения Германии. DVG позволяет врачам прописывать медицинские приложения для смартфонов или носимых устройств, которые покрываются для застрахованных больничными кассами. Эта система стимулов для внедрения мобильного здравоохранения (mHealth) в систему здравоохранения является уникальной и исключительной во всем мире. Министерство здравоохранения Германии разработало совершенно новую концепцию под названием DIGA. DIGA – это портативная технология, предназначенная для мониторинга, лечения или снижения последствий заболеваний [4].

Исследователи из Германии в настоящее время обсуждают потенциальный успех этого акта, ожидаемый спрос и принятие пациентами. Опыт работы с такими нормативными актами, как DVG, отсутствует. Согласно исследованию GfK, около 28 % немцев (25 % женщин, 30 % мужчин) отслеживают хотя бы один параметр здоровья [5], а средний уровень использования во всех 16 опрошенных странах составляет 33 %. Причины отказа от отслеживания личных данных о здоровье могут быть связаны с проблемами защиты данных, доступностью технологий или личным отношением к регистрации параметров физической подготовки.

В исследовании, проведенном Министерством здравоохранения Германии, приложениям для здоровья и носимым устройствам была отведена значительная роль в будущем и подчеркнута важность включения данных самообслуживания в распорядок дня и диагностику врача. Застой в развитии телемедицины в Германии может быть одним из основных препятствий для включения DIGA в немецкую систему здравоохранения и требует дальнейшего внимания. Однако немецкий аналитик здравоохранения Альбрехт утверждает, что приложения следует разрабатывать в сотрудничестве с врачами, фармацевтическими компаниями и страховыми компаниями, чтобы лучше удовлетворять потребности пациентов [6]. Автор утверждал, что постоянное использование приложений для здоровья положительно влияет на личное здоровье.

В декабре 2019 года в Германии был принят закон о цифровой помощи, который позволяет врачам выписывать рецепты на цифровые медицинские устройства, финансируемые законом. Подводя итог, можно отметить, что вероятно повышение общего положительного эффекта для немецких пациентов, качества лечения и общую медицинскую грамотности населения. Основные преимущества будут видны в области профилактики, наблюдения за пациентами и слежением за ходом болезней. Были определены три основных этапа потенциальных преимуществ для системы здравоохранения: использование приложений и носимых устройств для здоровья, продолжение использования приложений и носимых устройств для здоровья и обмен собственными данными с возможностью самостоятельного отслеживания с различными агентами в секторе здравоохранения.

Список использованных источников:

1. АОК-bv. URL: https://aok-bv.de/hintergrund/gesetze/index_15041.html (дата обращения: 25.10.2020).

2. Kotlikoff L., Hagist C. Who's Going Broke? Comparing Growth in Healthcare Costs in Ten OECD Countries // NBER Working Paper. – 2005. – № 188(1).
3. Henriksen A et al. Using Fitness Trackers and Smartwatches to Measure Physical Activity in Research: Analysis of Consumer Wrist-Worn Wearables // JMed Internet Res. – 2018. – № 20 (3).
4. Lipschitz J. et al. Adoption of Mobile Apps for Depression and Anxiety: Cross-Sectional Survey Study on Patient Interest and Barriers to Engagement // JMIR Mental Health. – 2019. – № 6(1).
5. Wiesner M., Pobiruchin M. Technology Adoption, Motivational Aspects, and Privacy Concerns of Wearables in the German Running Community: Field Study // JMIR Mental Health. – 2018. – № 6(12).
6. Albrecht U. V. Opportunities and risks of health apps. – Hanover, Germany, 2016. – 370 с.

РОЛЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ВАКЦИНОЛОГИИ

Пучков В. М., магистрант

Научный руководитель – Вилисов М. В., к. п. н., доцент

МГУ им. М.В. Ломоносова

V1puchkov@yandex.ru

Увеличение плотности населения, концентрация его в городах с давних времен приводит к череде пандемий и эпидемий, что приводило как к человеческим, так и экономическим потерям. Дискурсивно эпидемии тесно связаны с концептами войны, что и влечет соответственное отношение, выражающееся в концентрировании ресурсов на данном направлении. Борьба с инфекциями рассматривается как единое дело, одним из критериев которого является приобретение коллективного иммунитета.

Хотя термины вакцинация и иммунизация часто используются взаимозаменяемо, особенно на не медицинском языке, последнее является более всеобъемлющим термином, поскольку подразумевает, что введение внешнего агента фактически приводит к развитию адекватного иммунитета.

Поскольку определения вакцины, вакцинации и иммунизации менялись со временем, становясь более точным с научной точки зрения, многие из основных закономерностей и проблем вакцинологии остались неизменными. В частности, вопросы финансирования имеют центральное место в устойчивой разработке и распространении вакцин, а также в улучшении эффективности вакцин и их безопасности. Кроме того, общественная реакция на вакцинацию, как правило, довольно сильна, варьируясь от полного принятия до откровенной враждебности.

Вакцины и иммунизация известны людям уже более двух столетий и этот путь к эффективности вакцинаций не был ни равномерным, ни прямолинейным. Первая в мире вакцина против оспы появилась в 1790-х годах, когда

Эдвард Дженнер, деревенский врач, живущий в Беркли в Англии, провел первую в мире вакцинацию [1].

Пандемия гриппа 1918-1919 годов привела к гибели примерно 40-70 миллионов человек во всем мире. В 1918 году против гриппа не было ни лечения, ни эффективной вакцины, а большинство экспертов считали, что бактерия вызывала грипп, а не вирус. Также не существовало антибиотиков для лечения бактериальных инфекций, возникающих после гриппа, что усугубляло положение. Поздней весной 1919 года произошла последняя вспышка испанского гриппа. В 1920-х годах вирус перешел в относительно безвредность, с тех пор ученые смогли классифицировать вирус, ответственный за пандемию 1918-1919 годов, как грипп H1N1. Другие, менее тяжелые, пандемические гриппы появлялись в 1957-1958, 1968 и 2009 годах. В последних трех случаях исследователи разработали вакцины против гриппа, предназначенные специально для циркулирующего вируса, хотя эксперты не всегда согласны с тем, насколько эффективно вакцины сокращают распространение болезни.

Все эти пандемические угрозы могут быть охарактеризованы как возникающие инфекционные заболевания, которые никогда ранее не распознавались, такие как атипичная пневмония или новые штаммы пандемического гриппа, или вновь возникающие инфекционные заболевания – болезни, которые давно известны, но встречаются в новых формах или в новых странах.

Проблема реагирования на пандемические заболевания заключается в том, что вакцины для них могут не существовать или что, например, в случае гриппа, существующие вакцины могут быть неэффективными против них. Хотя методы производства и инфраструктура для производства вакцин против гриппа хорошо известны, каждый новый штамм гриппа требует новой вакцины, что создает временной разрыв примерно в полгода между вспышкой и производством вакцины [2].

Современное развитие кризиса, связанного с коронавирусом, показало, что одним из важнейших компонентов деятельности публичной власти является максимально широкое информирование об опасностях и угрозах. Стоит отметить, что в последнее время, спустя почти год после начала данного кризиса, начали появляться первые вакцины, которые неоднозначно воспринимаются обществом ввиду недостаточности исследований. По этому поводу можно привести ретроспективу взаимодействия в сфере вакцинации в Италии, где публичная власть так и не смогла до конца определиться и найти ту грань между общественными интересами и личной свободой, что привело к всплеску заболеваний, которые должны были уже быть побеждены.

В Италии существует Национальный комитет по иммунизации, который обновляет рекомендованный национальный график иммунизации при участии представителей министерства здравоохранения, региональных органов здравоохранения, национального института здравоохранения и других научных обществ. Вакцинация проводится 21 отдельным региональным органом власти, создает много вариаций в итальянской политике в отношении вакцин. Ре-

гионы могут добавлять больше запланированных прививок, но не могут освободить граждан от обязательных или рекомендуемых на национальном уровне. Прививки для детей, включенные в национальные расписания, гарантируются бесплатно для всех итальянских детей и детей-иностранцев, которые живут в стране. Прививка от гриппа является единственной общенациональной необходимой вакциной для взрослых, и ее вводят врачи общей практики. Чтобы смягчить некоторые опасения общественности, в Италии в настоящее время существует национальная программа компенсации ущерба от вакцин. В целях интеграции стратегий иммунизации по всей стране и обеспечения равного доступа к профилактике заболеваний министерство здравоохранения Италии в 2012 году выпустило Национальный план профилактики. Однако как уровень охвата вакцинацией младенцев, так и иммунизация против гриппа у пожилых людей снижаются. Правительственный план 2015 года в Италии был направлен на повышение уровня вакцинации и внедрение ряда новых вакцин, что вызвало протесты среди специалистов общественного здравоохранения. Частично в ответ на статистику того, что менее 86 % итальянских детей получают прививку от кори, Национальный план вакцинации на 2016–18 годы (PNPV) повысил требования к вакцинации, например, прививки от ветряной оспы потребуются новорожденным. Согласно этому плану, государственные расходы на вакцины удваиваются до 620 миллионов евро в год, и детям может быть запрещено посещать школу без подтверждения вакцинации. Но в 2017 году было зарегистрировано 5000 случаев заболевания корью по сравнению с 870 в 2016 году, что составляет 29 % от общего числа случаев заболевания в Европейском союзе. Закон, обязывающий детей делать 10 прививок для зачисления в государственные школы, вступил в силу в марте 2018 года, но в августе 2018 года движение «Пять звезд» предложило закон в итальянском сенате об его отмене. Он не прошел Палату депутатов, но родителям теперь не нужно предоставлять школам справку от врача о вакцинации. К ноябрю 2018 года правительство изменило свою позицию из-за «чрезвычайной ситуации в связи с корью» и решило сохранить обязательство по вакцинации детей в возрасте до 16 лет, учителей и медицинских работников [3].

Можно отметить, что данная сфера совершенно отдалена от цифровизации, что дает большие возможности для повышения эффективности и переноса в виртуальное пространство отметок о проведенных вакцинациях, что должно повысить коллективный иммунитет.

Государственные службы должны поддерживать медработников в продвижении вакцинации и повышении осведомленности о безопасности вакцин. Службы здравоохранения осуществлять информационную политику с доказательством эффективности и увеличением охвата, например, более простой доступ к вакцинации, системы напоминания для пациентов, внедрение информационных систем иммунизации для документирования прививок, полученных пациентами и так далее. Более того, сотрудничество между государственными службами вакцинации, врачами общей практики и специалистами необходимо

для того, чтобы контролировать эффективность применяемых профилактических стратегий и собирать данные об охвате. Также следует принимать во внимание, что процедуры согласия, основанные на возможности отказа, скорее всего, приведут к большему одобрению и проведению вакцинации, чем отказа от нее. Достижение оптимального охвата вакцинации против гриппа крайне важно для групп риска, учитывая также бремя недавних вспышек SARS-CoV-2 во всем мире.

Также стоит рассмотреть движение против распространения вакцин, чье мнение активно циркулирует в дискурсе, что влечет за собой необходимость государственным органам вести информационную политику в данной сфере. В середине 1970-х годов в Европе, Азии, Австралии и Северной Америке разразились дебаты о безопасности иммунизации АКДС (адсорбированная коклюшно-дифтерийно-столбнячная вакцина). В Соединенном Королевстве оппозиция привела отчет к докладу больницы по лечению детей в Лондоне, в которой утверждалось, что 36 детей страдали неврологическими заболеваниями после иммунизации АКДС. Телевизионные документальные фильмы и газетные репортажи привлекли внимание общественности к противоречиям, а группа по защите интересов, Ассоциация родителей детей, пострадавших от вакцинации (APVDC), также пробудила общественный интерес к потенциальным рискам и последствиям АКДС.

В 2001 году Комитет по обзору безопасности иммунизации Института медицины в США опубликовал доклад, в котором был сделан вывод о том, что не было достаточно доказательств, чтобы доказать или опровергнуть утверждения о том, что тимеросал в детских вакцинах вызывает аутизм, расстройство гиперчувствительности с дефицитом внимания или задержку речи или языка. Однако, даже после этого высказывания некоторые исследователи продолжают изучать возможные связи между тимеросалом и аутизмом. Сегодня тимеросал больше не используется в большинстве детских вакцин, хотя некоторые формы вакцины против гриппа могут содержать данный консервант. Несмотря на научные доказательства, озабоченность по поводу тимеросала привела к публичной кампании «Оздоровите наши вакцины» (Green Our Vaccine) – движению по удалению «токсинов» из вакцин из-за страха, что эти вещества приводят к аутизму [4].

С повышением технологического уровня и развитием Интернета стали появляться альтернативные площадки мнений, где данные тезисы вновь набирали силу, что вылилось в рост заболеваемости корью и в России, и на Украине.

Можно отметить, что данные проблемы не новые, но, на мой взгляд, имеют иную природу. Если раньше было тяжело доказать и объяснить механизм и безвредность вакцины, то сейчас существует тренд на максимально внимательное отношение к внешним химическим веществам в организме. Вкупе с невысоким уровнем заболевания ранее крайне опасными инфекциями, родители пытаются максимизировать пользу для себя и своего ребенка, однако

часто этот риск не оправдывается, что приводит лишь к большему вреду для здоровья.

Стоит отметить, что государство, по сути, проигрывает информационную борьбу в данной сфере, что ведет к росту и распространению слухов о вреде прививок, что на фоне иммунизации от коронавируса может стать фатальным. На мой взгляд, необходимо пересмотреть подход в данном направлении и усилить информационную поддержку вакцинации. В качестве примера можно привести демонстрационную вакцинацию известных людей вакциной от коронавируса от центра Гамалеи, однако следует расширить эту практику и на другие прививки, что должно снизить заболеваемость и превентивно снизить расходы на здравоохранение.

Список использованных источников:

1. Опимах И. В. Эдвард Дженнер и история вакцинации // Медицинские технологии. Оценка и выбор. – 2018. – №4 (34). – С. 77-81.
2. Стасевич К. Можно ли сделать универсальное лекарство против гриппа: Молекула, которая не даёт вирусу гриппа проникнуть в клетку, может защитить сразу от многих штаммов вируса // Наука и жизнь. – 2019. – № 3. URL: <https://www.nkj.ru/news/35747/> (дата обращения: 02.11.2020).
3. Margottini L. "New Vaccination Strategy Stirs Controversy in Italy". Science Insider. American Association for the Advancement of Science, 2015.
4. Визель Т. Г. Аутизм и прививки: кто прав? // Вестник угроведения. – 2013. – №2 (12). – С. 148-160.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ СПбГУ

Рахман Хашими М. М., студент

Научный руководитель – Кондратенко К. С., к. филос. н., доцент
Санкт-Петербургский государственный университет
matiar2010@yandex.ru

Цифровизация российского образования – одна из ключевых целей национального проекта «Образование», запущенного в 2018 году [1, С. 110]. В рамках этой глобальной цели можно выделить два направления цифровизации: 1) непосредственная цифровизация образовательных услуг и научной деятельности (платформы для онлайн-курсов, решения для дистанционных занятий); 2) цифровизация связанных с обеспечением деятельности образовательных организаций бюрократических процедур (личные кабинеты обучающихся, алгоритмы дистанционного поступления, распределение стипендий и социальных выплат). В этой статье будет сделана попытка рассмотреть эти процессы на примере Санкт-Петербургского государственного университета.

Созданием собственных интерактивных систем для обучения ведущие российские вузы занялись еще в начале 2010 годов. В СПбГУ для этого в 2012 году была приобретена лицензия на зарубежную систему Blackboard [2]. У преподавателей появилась возможность создавать собственные курсы в системе, выкладывать там учебные материалы, задания и тесты, выставлять дедлайны по их выполнению, а также оценивать их. Туда же начали загружать и выпускные квалификационные работы. В долгосрочной перспективе Blackboard может быть заменен собственной LMS (Learning Management Systems) разработки университетских IT-специалистов.

Другим важным направлением цифровизации образования стала подготовка онлайн-курсов. Самая популярная на данный момент платформа для онлайн-курсов Coursera была запущена в 2012 году в США. Первоначально ее партнерами были всего четыре американских университета, но к началу 2013 года их число возросло до 29. В 2014 году к платформе впервые стали подключаться российские вузы. В числе первых оказались Высшая школа экономики и Новосибирский государственный университет. СПбГУ же выступил среди инициаторов создания отечественного аналога Coursera – национальной платформы «Открытое образование». Спустя шесть лет у ВШЭ больше всех (среди российских вузов) курсов на Coursera, а СПбГУ лидирует на «Открытом образовании» [3]. По заявлениям ВШЭ, более 70 % слушателей их онлайн-курсов являются иностранцами. В этом году англоязычный онлайн-курс СПбГУ, посвященный изучению японского языка, на Coursera вошел в топ-20 самых популярных онлайн-курсов в мире (18 тыс. слушателей в июле 2020) [2]. В период пандемии СПбГУ (как и другие российские вузы) открыл бесплатный доступ для студентов к своим курсам на обеих платформах.

При этом, интеграция онлайн-курсов в собственный образовательный процесс началась задолго до пандемии коронавируса. Как отмечали в Coursera еще в 2017 году, для российского высшего образования были характерны очень высокие темпы развития. Тогда российские вузы за год увеличили свое присутствие на платформе почти в три раза с 44 до 131 онлайн-курса, в 2018 году курсов было уже 290, 75 из них – англоязычные (всего на Coursera на тот момент было около 3000 онлайн-курсов) [4]. Изменились и учебные планы: уже 2018-2019 году университет заменил ряд преподаваемых дисциплин своими онлайн-курсами, которые можно было слушать как в стенах СПбГУ, так и из дома. Их сдача проходила не в формате обычного экзамена/зачета, а в виде итогового онлайн-тестирования (правда, оно проводилось в помещениях вуза на университетских компьютерах). Кроме того, с 2017 года СПбГУ стал участником корпоративной программы Microsoft для обучающихся вузов, в рамках которой предоставлялся бесплатный доступ к сервису MS Teams, позволяющему проводить дистанционные онлайн-встречи, организовывать чаты, заметки, сдачу, проверку и оценку заданий.

О том, как всё это помогло справиться с организацией дистанционного обучения в первом полугодии 2020 года можно узнать из доклада для Министерства науки и высшего образования «Уроки стресс-теста: вузы в условиях

пандемии и после нее», в составлении которого поучаствовал и ректор СПбГУ Николай Кропачев. К сожалению, на достаточно высоком уровне цифровая инфраструктура была развита далеко не у всех вузов. Кроме того, даже тогда, когда инфраструктура была (например, тот же MS Teams) преподаватели и студенты не всегда были готовы сразу ее использовать. Так, например, фактически весь первый семестр в СПбГУ пользовались популярным и простым zoom, а не MS Teams, хотя у zoom были и временные ограничения (для бесплатной версии), и куда меньшая функциональность. При этом, в целом из доклада следует, что российская система образования с «стресс-тестом» справились, хотя он и обнаружил ряд болевых точек, например, негибкость учебных планов, необходимость разработки комбинированных форматов и большего внимания к развитию цифровой инфраструктуры в вузах [5]. В этом плане, ведущие вузы России, в том числе СПбГУ, оказались практически полностью готовы к переходу к комбинированному и дистанционному форматам, а основные сложности заключались в человеческом факторе. Следует, однако, заметить, что некоторые дисциплины (технические, музыкальные) вообще не могут быть переведены в онлайн, а потому они по возможности просто переносились на будущий год. Как видим, пандемия коронавируса дала мощный толчок к ускорению цифровизации в области предоставления образовательных услуг, хотя сами тренды были актуальны задолго до нее.

Теперь перейдем к описанию основных достижений по второму направлению цифровизации оптимизации и переводу в онлайн бюрократических процедурах и процессов. Для этих целей в СПбГУ создан целый ряд сервисов: Pure (научометрический портал для сбора информации о публикациях студентов и сотрудников Университета), личный кабинет обучающегося/абитуриента, портал и приложение (последнее сделано силами студентов) для электронного расписания, вышеупомянутый Blackboard, а также запущенные уже в период пандемии (хотя и разработанные гораздо раньше) Информационная система достижений СПбГУ (создана студентом ПМ-ПУ СПбГУ при поддержке Студенческого совета СПбГУ) и КриптоВече. Последняя платформа разрабатывалась для корпоративных голосований в государственных учреждениях и частных компаниях, однако, с началом пандемии ее решили использовать для дистанционных голосований в Ученом совете СПбГУ [2]. Все эти цифровые системы позволили в короткие сроки перенести подавляющее большинство процедур в онлайн: конкурс на повышенную стипендию, выдача справок, назначение материальной помощи, приемная кампания (приемную кампанию летом 2020 года проводили онлайн все российские вузы, но в СПбГУ вся необходимая цифровая инфраструктура (подача документов через личный кабинет абитуриента, обновляемые раз в несколько часов рейтинги поступающих) функционировала еще до пандемии.

Однако, надо признать, что такое многообразие сервисов имеет не только положительные, но и отрицательные стороны. Информация в них зачастую не синхронизирована, а функционал четко не распределен. Так, например, электронная зачетная книжка (от бумажных СПбГУ отказался еще в 2017

году), заявки на материальную помощь и в базы отдыха подаются через личный кабинет обучающегося, сведения о публикациях (которые обычно являются одним из ключевых критериев отбора) в идеале должны храниться в системе Pure, а для назначения повышенной стипендии (на которую подается большинство достижений студентов) существует вообще отдельный, никак не связанный с другими, сервис. Опросы о качестве образования в разное время проводились и в Blackboard, и в личном кабинете, и на специальных студенческих платформах. Тут надо также отметить, что студенческие разработки зачастую не только не уступают, но функционально превосходят сервисы, разработанные УСИТ СПбГУ или приобретенные от сторонних разработчиков.

Подводя итоги, необходимо сказать, что СПбГУ демонстрирует успешный опыт цифровизации и образовательного, и бюрократического процессов, разрабатывая сервисы не только для внутреннего пользования, но и для внешних заказчиков (Криптовече). Однако, в будущем хотелось бы видеть более последовательную политику с цифровыми сервисами Университета, которая позволила бы избежать дублирования их функционала, а также еще более тесное взаимодействие со студенческими инициативами.

Список использованных источников:

1. Сафуанов Р. М., Лехмус М. Ю., Колганов Е. А. Цифровизация системы образования // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2019. – №2(28). – С.
2. Официальный сайт СпбГУ. URL: spbu.ru (дата обращения: 01.11.2020).
3. Рахман Хашими М. М. Непреодолимая дистанция // Газета Рабочая. – 2020. – 26 августа.
4. Россия на Coursera в цифрах. Edutainme. URL: <https://vk.cc/8C7fZ8> (дата обращения: 01.11.2020).
5. Уроки стресс-теста: вузы в условиях пандемии и после неё // Минобрнауки РФ. URL: <https://vk.cc/aCwAam> (дата обращения: 05.11.2020).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ И ПЛАТФОРМ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ В РАМКАХ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

Филатова А. С., магистрант

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор
Кемеровский государственный университет
anna.filatova.96@mail.ru

Цифровизация – это процесс, принявший сегодня глобальный характер, который становится неотъемлемой частью развития всех сфер жизни общества, в частности и образования.

Реализация цифровых технологий не обошла стороной и сферу образования. 1 марта 2018 года Президент России Владимир Путин выступил с ежегодным Посланием к Федеральному Собранию, в котором обратил внимание к теме развития в стране информационных технологий: «С помощью передовых телекоммуникаций мы откроем нашим гражданам все возможности цифрового мира. И это не только современные сервисы, онлайн-образование, телемедицина, что само по себе крайне важно, мы с вами это понимаем. Для нашей огромной по территории страны такое объединение талантов, компетенций, идей – это колоссальный прорывной ресурс» [1].

Цифровизация образования является неизбежным процессом, который несет трансформацию содержания, методов и организационных форм учебной работы, разворачивающийся в стремительно развивающейся цифровой образовательной среде и направленный на достижение целей социально-экономического развития страны в условиях четвертой промышленной революции и становления цифровой экономики [2].

Бурное развитие цифровых технологий в сфере образования диктуется актуальностью рассматриваемых при этом проблем:

- цифровые технологии в образовании поддерживаются на государственном уровне и широкой общественностью;
- это инструмент эффективной доставки информации и знаний студентов;
- это инструмент создания учебных материалов;
- это инструмент эффективного способа преподавания;
- это средство построения новой образовательной среды [3].

Цифровизация в образовании предполагает переход на электронную систему обучения. Учебные материалы (пособия, сборники упражнений), журналы и дневники имеют возможность использования в режиме онлайн. Вместо привычных тетрадей задания выполняются обучающимися с помощью техники (компьютеры и планшеты).

В статье будет представлен опыт использования интернет-инструментов и платформ в педагогической деятельности учителя в рамках активного внедрения электронных ресурсов в процесс образования, что является особо актуально в режиме дистанционного обучения не только для школ региона Кемеровской области-Кузбасса, но и всей страны и мира.

В данной работе приведены, во-первых, анализ существующих специализированных образовательных платформ, во-вторых, перечень удобных инструментов для образовательного процесса и возможности их адаптации под образовательные требования, в-третьих, обобщен и систематизирован опыт работы с электронными инструментами.

В условиях дистанционного обучения важно создать максимально комфортные условия, как для ученика, так и для учителя, при этом соблюдая ключевые положения ФГОС (федерального государственного образовательного стандарта).

Первое, что важно сделать в режиме удаленной работы, это создать непрерывный доступ обучающихся к используемым и рекомендованным учителем материалам. Одним из инструментов в решении этой задачи являются облачные хранилища сети «Интернет»: «Яндекс. Диск», «Гугл. Диск», «Облако Mail.Ru». Данные сетевые ресурсы позволяют ученику получить доступ к учебным материалам в любое время, с любого устройства. Указанные инструменты позволяют совместно с учащимися работать с материалами в режиме «реального времени», а также систематизировать рабочий материал.

В рамках ограниченного времени онлайн-урока, важно, чтобы качество обучения не было снижено. Для этого необходимо привлекать существующие материалы, которые облегчат изучение разных учебных вопросов.

В этих целях, например, возможно привлечение платформы «Российская электронная школа», позволяющая удаленно организовать процесс обучения индивидуально, в группах или с целым «виртуальным» классом. Сайт содержит большое количество разработок уроков и заданий по любому предмету и для любого класса.

В качестве инструментов контроля в работе можно использовать такие платформы, как: «Quizziz» и «Skysmart».

«Quizziz» – англоязычный сайт, с технической возможностью адаптации на русский язык. Платформа позволяет легко создавать опросы, викторины, задавая критерии оценивая, а также получать результаты быстро, сокращая время на проверку и подсчет баллов.

«Skysmart» – это сервис, разработанный издательством «Просвещение» и корпорацией «Российский учебник», позволяющий использовать привычные печатные тетради, входящие в учебно-методический комплект по предмету в онлайн-формате, что также упрощает проверку результатов, так как по завершению работы учеником автоматически подсчитывается балл и выставляется отметка.

Платформой для взаимодействия с обучающимися, трансляции учебного материала может выступать личный сайт учителя, канал на YouTube с собственными уроками или подборкой видеозаписей.

Также возможно использование повседневных социальных сетей. В социальной сети «ВКонтакте» функция создания тематических групп и сообществ позволяет организовать полноценную и непрерывную работу по назначению: по предмету, для сдающих ОГЭ, ЕГЭ или ВПР. Альбомы можно использовать для интерактивных карточек с теоретическим материалом: терминами, датами, картами, формулами и др. На главной странице тематического сообщества можно разместить актуальную информацию, задания, в интерактивной форме осуществлять контроль.

Результаты использования интернет-инструментов в настоящее время в полном объеме оценить сложно.

Для успешной цифровизации недостаточно перевода учебных материалов в электронный вид – оцифровки и переход в онлайн «среду».

Информационно-образовательная среда цифрового образования включает:

– технические ресурсы (компьютеры, планшеты, мобильные устройства, сети, видеосистемы, интерактивные экраны);

– образовательные ресурсы (программное обеспечение, электронно-образовательные ресурсы, информационно-образовательные порталы, системы дистанционного обучения, электронные библиотеки, облачные ресурсы, вебинары, телеконференции);

– управление процессом (дистанционное обучение, электронная почта, социальные сети, личный кабинет в облаке, форма обучения) [4].

Несмотря на это первые выводы о результатах дистанционного обучения уже можно сделать. Исходя из вышеуказанных условий цифровизации, во-первых, важно отметить, что техническая оснащенность обучающихся и образовательных учреждений не обеспечена в полной мере. Во-вторых, готовность самих субъектов образования к активному внедрению цифровых образовательных ресурсов нельзя назвать высокой в силу преобладания традиционного подхода к обучению и низкой мотивированностью к удаленной работе.

Обобщая вышесказанное, важно отметить, что, несмотря на наличие существующих возможностей использования цифровых образовательных ресурсов, темпы их внедрения на сегодняшний день в большей степени остаются невысокими.

Список использованных источников:

1. Послание Президента Федеральному Собранию 1 марта 2018 года. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/56957> (дата обращения: 24.10.2020).

2. Буданцев Д. В. Цифровизация в сфере образования: обзор российских научных публикаций // Молодой ученый: международный научный журнал. – 2020. – № 27. – С. 120-126

3. Кузьминов Я. И. Главный тренд российского образования — цифровизация. URL: www.ug.ru (дата обращения: 25.10.2020).

4. Концепция создания и развития информационно-образовательной среды Открытого Образования системы образования РФ. URL: <http://do.sgu.ru/conc.html> (дата обращения: 24.10.2020).

ВЛИЯНИЕ КОВИД-19 НА АКАДЕМИЧЕСКУЮ МОБИЛЬНОСТЬ В ВУЗАХ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ И СТУДЕНЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Юматов К. В., к. ист. н, доцент

Желонкина Е. С., магистрант

Кемеровский государственный университет

n.elen_ok@mail.ru

Пандемия Ковид-19 внесла существенные изменения во многие сферы жизни. Одним из важных секторов, подвергшемся ее влиянию стало высшее образование, в особенности интернационализация образования: большинство вузов столкнулось с вопросами организации логистики и обеспечения образовательного процесса для иностранных студентов, остающихся на период пандемии в стране обучения и/или выезжающих домой, приостановило программы студенческих и преподавательских обменов; вузы сосредоточились на поиске новых форм привлечения иностранных студентов и организации для них обучения; пересмотре форм работы с зарубежными партнерами по разработке и реализации совместных образовательных программ [1].

Переформатирование и перезагрузка процесса обучения заложило основу в новые образовательные форматы: виртуальные международные стажировки во время закрытия границ и гибридные варианты академической мобильности в посткризисный период. В связи с этим появляется и становится устойчивым понятие «домашняя интернационализация» [2].

Европейские вузы, участвующие в программах Erasmus Student Network (ESN) первыми отреагировали на текущие изменения в образовательном пространстве и разработали план обучения иностранных студентов по обмену и взаимодействия с вузами-партнерами в новой реальности. Далее они намерены продолжить работу в соответствии с Планом действий в области цифрового образования 2021-2027, предложенного Еврокомиссией [3].

Российские вузы, включая вузы Сибирского федерального округа (СФО), также включились в переформатирование образовательного процесса для иностранных студентов, в том числе программ академической мобильности. Организация обучения проводилась следующим образом: при переходе вузов на онлайн обучение большинство университетов усилили сотрудничество друг с другом, национальными органами управления образованием, образовательными платформами и международными организациями, которые оказывали друг другу методическую поддержку по использованию цифровых инструментов в обучении, в бесплатный доступ выкладывались актуальные учебные курсы, на различных платформах создавались неформальные группы студентов/преподавателей/администраторов вузов, где обсуждались актуальные проблемы онлайн обучения.

Однако процесс обучения студентов СФО по программам мобильности сопровождался некоторыми трудностями. Так как иностранные студенты в

данных вузах делятся на студентов дальнего зарубежья (Европы и Юго-восточной Азии) и студентов ближнего зарубежья, (в основном из Центральной Азии), в условиях пандемии студенческий обмен реализовывался с учетом этого деления: преобладающее количество студентов из стран бывших Советских республик вузы оставили в своих кампусах на изоляционных условиях, т.к. данная категория студентов не имеет визовых ограничений по пребыванию в РФ и финансово ограничена в выезде за пределы РФ. Более того, ситуация с Ковид-19 и ее предотвращением в родных странах была значительно хуже, чем в России. Кроме этого, уезжая домой, студенты лишались возможности проходить онлайн обучение, в связи с отсутствием материально-технической базы и коммуникативных средств связи, необходимых для данного вида обучения.

Основная доля студентов Европы и Азии обучается в вузах Центральной части Российской Федерации, в СФО программы академической мобильности для большинства студентов европейских стран были полностью отменены, с азиатскими странами обменные программы отменены частично или реализовывались только в онлайн-формате. Все иностранные студенты данной категории, срок визы которых закончился, выехали домой, остальные были переведены на изоляционный режим в кампусах российских вузов. Такой же принцип действовал в отношении российских студентов, находящихся в зарубежных вузах-партнерах.

Организация коммуникации со студентами стала одним из вызовов для университетов. Мнения, высказанные иностранными и российскими студентами из страны обучения в социальных сетях и на образовательных площадках, показало, что большинство студентов испытывали стресс от невозможности живого общения с однокурсниками и преподавателями, поэтому для них важно было регулярно получать объективную информацию о ситуации с коронавирусом и изменениях в обучении, связанных с ним [4]. Студенты предпочитали использовать такие социальные сети для коммуникации как: ВКонтакте, Фейсбук, Инстаграм, Ютуб, а также стандартные инструменты общения: электронную почту, видеозвонки, мобильные приложения мессенджеры. Находясь в российских вузах и вузах-партнерах дальнего зарубежья, студенты практически не имели проблем с доступом к интернету и отмечали качественное и регулярное информирование их со стороны вузов. Однако для большинства студентов ближнего зарубежья, которые выехали в свои страны, отсутствие доступа к сети и коммуникациям, повлияло на прерывание и/или прекращение ими обучения онлайн.

Весь образовательный процесс был перенаправлен на онлайн формат и, в этой связи, пандемия Ковид-19 привела к необходимости адаптировать образовательные методики, в основу которых легли презентационные уроки, онлайн консультации, дистанционное обучение с использованием современных цифровых технологий. Обучение иностранных студентов было переведено на презентационные уроки в режиме онлайн, только небольшая часть занятий

проходили в режиме очных консультаций, что способствовало студентам в большей степени вырабатывать навыки самостоятельной работы.

Следует отметить трудности в адаптации к новым методологиям как со стороны студентов, так и преподавательского состава, однако поиск путей их решения продемонстрировал новые вызовы и подходы к цифровому обучению в условиях пандемии. Главной задачей становится сохранение качества обучения, установление продуктивного онлайн контакта лицо-к-лицу с преподавателем, создание системы оценки полученных знаний, особенно в условиях перехода от пандемического кризиса к нормальному функционированию российских и зарубежных вузов, открывающих перспективы в реализации академической мобильности [5].

Несмотря на то, что пандемия способствовала ограничению доступа к образованию, изменила и, в большинстве случаев, остановила маршруты академической мобильности, вузы СФО и их зарубежные академические партнеры быстро адаптировались к текущим изменениям, ввели новые формы обучения, скорректировали социально-бытовые условия пребывания и проживания иностранных студентов. Данная социально-экономическая проблема привела к широкому использованию цифровых технологий для коммуникации и образовательного процесса, что в сложившейся ситуации оказалось не только реальной, вполне доступной альтернативой живому общению и оффлайн обучению, но и стало важным дополнением в расширении границ и масштабов интернационализации университетов.

Список использованных источников:

1. Влияние пандемии Ковид-19 на сектор высшего образования и магистратуру. Аналитический материал. М., 2020. URL: <https://ntf.ru/sites/default/files/Vliyanie%20pandemii%20COVID-19%20na%20sektor%20vysshego%20obrazovaniya%20i%20magistraturu.pdf> (дата обращения: 10.11.2020).
2. Пандемия и мировое высшее образование. Интернационализация «на дому». URL: http://www.tsu.ru/university/rector_page/internatsionalizatsiya-nadomu/ (дата обращения: 10.11.2020).
3. Digital Education Action Plan 2021-2027. URL: https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/digital-education-action-plan_enhttps://studyinrussia.ru/ (дата обращения: 10.11.2020).
4. Joint Paper: IAU and ESN. Covid-19 impact on Higher Education. URL: <https://aca-secretariat.be/newsletter/emn-oecd-inform-impact-of-covid-19-oninternational-students-in-eu-and-oecd-member-states/?titleId=1&articleId=15&edition=2020¤t=1> (дата обращения: 10.11.2020).

**ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ
МОЛОДЕЖИ**

**ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА СОСТОЯНИЕ КУЛЬТУРЫ
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

Железина О. А., магистрант
Киняшева Ю. Б., канд. полит. наук, доцент
Тульский государственный университет
oly98@mail.ru

Распространение коронавирусной инфекции COVID-19 в 2020 году в мире послужило серьезной предпосылкой ухудшения состояния всех общественных сфер, привело к множеству негативных последствий для общества в целом (например, рост социальной напряженности, закрытие предприятий, ухудшение качества жизни, инфляция, снижение образовательного и культурного уровня граждан, увеличение числа безработных и др.). На фоне сложных социально-экономических и политических проблем, сфера культуры также испытала трудности в результате вводимых запретов и ограничений.

Отмена гастролей, закрытие концертных залов, культурных клубов, музеев, театров, культурных центров и прочих площадок, предназначенных для проведения культурно-массовых мероприятий, привело к культурной изоляции граждан, что актуализировало проблемы и социально-психологического характера. Во-первых, сокращение культурного диалога в обществе, нарушение привычных форм коммуникации, сужение эмоционального пространства и отсутствие досугового разнообразия привело к ухудшению психического состояния граждан, проявлению депрессивных настроений, агрессии, развитию конфликтов. Во-вторых, все большее потребление информации в СМИ и интернет-ресурсах, нагнетающих страх и панику среди населения, стимулировало рост социально-психической напряженности, ведущей к дестабилизации ситуации. На первых этапах пандемии даже предложенный культурно-развлекательный контент в СМИ, социальных сетях не мог нивелировать указанные проблемы.

Наиболее заметными для культурной сферы стали экономические последствия, что требует поиска новых форматов привлечения населения. Огромные финансовые потери наблюдаются в театральной сфере. Большой театр из-за закрытия учреждения на карантин не досчитает 850 млн. рублей в своем бюджете. Московский академический театр сатиры находится на втором месте по денежным убыткам, доходы упали на 65 % от намеченного в начале года плана. Выручка Мариинского театра за 8 месяцев составила лишь 800 млн. рублей, что в три раза меньше от намеченного плана [1].

Негативно сказался карантин и на области киноиндустрии. Из-за ограничительных мер стали массово закрываться кинотеатры, кинокомпании переносили даты выхода премьер, а съёмку многих фильмов и сериалов приостанавливали. Убытки кинопроизводства были колоссальными, в марте 2020 года глобальный бокс-офис (кассовый сбор от проката) недосчитался 7 млрд. долл. США.

Пандемия стала причиной закрытия более 95 % музеев по данным международного совета музеев. Ориентируясь на сведения Сети европейских музейных организаций можно сделать вывод о том, что данное направление в культуре сократило свои доходы на 80 %. Те музеи, которые функционируют только за счёт продажи билетов, столкнулись с угрозой полной потери бюджета по причине закрытия. Согласно позиции ЮНЕСКО, после выхода музеев из карантина и начала их нормальной работы, трудности от пандемии будут их преследовать последующие 18 месяцев, так как поток посетителей будет по-прежнему снижен, а 10 % музеев после окончания пандемии не откроются вовсе [2, С. 3].

Другим культурным направлением, пострадавшим от коронавирусной инфекции COVID-19, стал туризм. По статистическим данным ЮНЕСКО на долю туризма и приграничных с ним отраслей приходится около 70 % дохода экономики некоторых государств. Из-за закрытия странами границ, внутригосударственных ограничений, туристический бизнес оказался на грани банкротства. На начало апреля 2020 года в данной сфере зафиксированы убытки равные 320 млрд. долл. США. Эти показатели выше, чем потери от кризиса 2009 года [3].

Проявление социальных последствий в сфере культуры было связано со значительным сокращением числа работников учреждений культуры. Это, в свою очередь, сказалось на уровне безработицы в странах, а также условиях жизни граждан. Без значительной поддержки государства организации культуры были вынуждены сокращать штат своих работников. Соответственно, многие люди творческих профессий оказывались в целом без заработка, возможностей обеспечить себя и свою семью.

Очевидно, что закрытие многих культурных организаций и учреждений требовало поиска новых альтернатив для преодоления негативных последствий.

В связи с этим, цифровизация культуры рассматривается как действенный инструмент смягчения трудностей во время пандемии. Многие культурно-массовые мероприятия были переведены в виртуальный формат, что позволило гражданам знакомиться с мировыми произведениями искусства, присутствовать на концертах разных артистов, посещать спектакли, участвовать в экскурсиях и иных событиях. Активно использовались и досуговые онлайн-площадки (например, онлайн-обучение игре на инструментах, вокалу, иной творческой деятельности, участие в онлайн-конкурсах, фестивалях и т. д.). Такие учреждения культуры, как библиотеки, музеи, картинные галереи, концертные

залы, создают виртуальные туры, трансляции, электронные книги и выступления. Этот положительный опыт позволил расширить аудиторию пользователей, привлечь внимание молодежи к менее модным культурным объектам.

Однако переход на интернет-ресурсы в условиях распространения коронавирусной инфекции не был столь однозначно положительным. Так, актуальной стала проблема «пиратства». В начале марта компанией MUSO было зарегистрировано 11 млрд. посещений незаконных сайтов, что объясняется увеличением платного контента и отсутствием финансовых возможностей у людей для легальной деятельности [4]. Ещё одной проблемой при переходе на дистанционный формат работы называют ограничение доступа к интернет-ресурсам. Недостаточное развитие материальных и технических возможностей пользования сетью Интернет не позволяет охватить все мировое население. А значительная часть людей во время пандемии не имела доступ к источникам культуры.

В условиях пандемии важное значение для сохранения культурной сферы стали меры поддержки со стороны государства и международных организаций, среди таких названы финансовые вливания, отсрочка по выплате кредитов, снижение налогов, уменьшение арендной платы, льготные программы и др.

Таким образом, пандемия оказалась экстренной ситуацией, которая изменила привычный формат жизни миллионов граждан, внесла коррективы во все сферы общества, затронула различные виды деятельности. Социальная изоляция напомнила людям о значимости реального общения, посещения культурных мест, важности творчества и досуга. Финансовые потери в разных отраслях культурной сферы показали ее неготовность к подобным условиям распространения коронавирусной инфекции.

Список использованных источников:

1. Городской информационный портал «Санкт-Петербург.ру». URL: petersburg.ru/m/culture/newsfeed2/373723/ (дата обращения: 14.11.2020).

2. CULTURE & COVID-19. UNESCO, 2020. URL: https://en.unesco.org/sites/default/files/issue_4_en_culture_covid-19_tracker-8.pdf (дата обращения: 14.11.2020).

3. World tourism organization. URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-restarts-40-per-cent-of-destinations-have-now-eased-travel-restrictions> (дата обращения: 14.11.2020).

4. BBC News Services. URL: <https://www.bbc.com/news/technology-52443185> (дата обращения: 14.11.2020).

ОСОБЕННОСТИ ВОЗДЕЙСТВИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ YOUTUBE НА ПОЛИТИЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ

Валитова Э. Г., студент

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор
Кемеровский государственный университет
zaynulinaelli@gmail.com

Значительное влияние на формирование политических взглядов личности, на становление её в качестве субъекта политической деятельности оказывает социальная среда. В этом процессе участвуют многочисленные социальные институты, но наиболее значимые из них – государство, семья, образовательные учреждения, армия, партии, церковь.

Среди факторов, воздействующих на процесс политической социализации и политическое сознание студентов в том числе, ключевую роль играют средства массовой информации и новые информационно-коммуникационные технологии, PR-технологий.

В результате информация превратилась в важнейший ресурс государства, наряду с его другими основными ресурсами (природными, экономическими, трудовыми, материальными и т. д.).

Зная этот факт многие политики и другие личности используют политические PR-технологий, производя контролируемый процесс политической социализации населения и, как следствие, формируя политическую культуру избирателей [1, С. 148].

Необходимо осознавать, что PR-технологии могут весьма успешно использоваться не только государственным аппаратом и правящей элитой, но и противоборствующей стороной – оппозицией. В таком случае, при помощи PR-технологий оппозиция может сформировать среди большинства населения настроения против действующей власти и, таким образом, при поддержке народа, совершить государственный переворот. Примером здесь служит сложившаяся в 2014 году ситуация в Украине. Здесь, PR деятельность и СМИ выступили информационным потоком, без проверенных фактов и навязали лишь «удобное» для оппозиции мнение народа.

Сейчас СМИ представлены в сети Интернет. А студенческое сообщество, особенно активная его часть выбирает узнаваемую информацию из Интернета. Молодые люди уходят от традиционных средств получения информационных потоков. Это происходит из-за гибкой подачи информации и ресурсов, из которых они получают потоки «инфы» (молодёжный сленг).

Массовый переход СМИ в сеть «Интернет» начался около десяти лет назад. Современные информационные технологии значительно расширили возможности для создателей СМИ за последние годы.

С 2009 г. с развитием социальных сетей и их возможностей для публикации сложноструктурных СМИ стали переходить в паблики – тематические группы и публичные страницы, большинство существующих изданий начали появляться на страницах социальных сетей. Сегодня почти все федеральные,

городские, районные и корпоративные СМИ имеют публичные страницы в главных социальных медиа структурах.

Они стали революционным скачком, т. к. здесь любой пользователь может выразить своё мнение. Это можно сделать как публично, так и анонимно. И данная площадка играет одну из важных ролей в построении и формировании мнения у молодого поколения.

Важным инструментом в сети Интернет является ведение своего блога на любой платформе. Сам по себе термин «блог» вошёл в нашу жизнь из английского языка, в котором, в свою очередь, слово «blog» представляет собой сокращение от «web log» (сетевой дневник). При этом в английском языке слово «блог» может быть не только существительным, но и глаголом, обозначающим процесс ведения блога. Таким образом, блог – это отдельный сайт или страница в открытом или ограниченном доступе, содержащая различные мысли и новости от автора блога. В совокупности блоги образуют особую коммуникационную среду, которую называют блогосферой. Это означает, что блоги представляют собой единую взаимосвязанную структуру внутри сети «Интернет». Термин блогосфера появился как шутливое определение в 1999 г. [2].

В рамках данной статьи автор уделяет внимание рассмотрению прежде всего такому виду социальной сети, как YouTube, в которой представлены блоги в видео формате.

«YouTube» – видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки и показа видео. YouTube стал популярнейшим видеохостингом и вторым сайтом в мире по количеству посетителей.

YouTube стал настолько значимым явлением в медиамире, что с ним вынуждено считаться и телевидение. Многие медиакомпании создают официальные аккаунты на YouTube, осуществляя продвижение своей продукции через сервис, а ролики, обладающие статусом мема, нередко попадают в репортажи новостей.

Сегодня многие политики, политологи или даже просто любители-блогеры ведут свои каналы и в виде новостей или живого журнала сообщают информацию подписчикам, составляют свои мировые прогнозы и высказываются свободно на политические темы.

Большое количество электората имеет свои каналы: КПРФ (128 тыс. подписчиков), ЛДПР (96,8 тыс. подписчиков) и «ЯБЛОКО» (13,5 тыс. подписчиков), лидер оппозиции по количеству подписчиков А. Навальный – «Навальный Live» (1,5 млн. подписчиков).

Думаю, политические партии идут «в ногу со временем» подавая и развивая данную площадку, они показывают свою работу и свои взгляды для привлечения внимания к своим политическим платформам. По количеству подписчиков сразу можно понять, кто интересен больше и каких взглядов на политику придерживается молодое поколение.

Востребованы среди молодежи и т. н. «местные» звезды «YouTube»: Николай Соболев (5,17 млн. подписчиков), «Немагия» (скрыто число подписок,

но видео набирают от 900 тыс. до 10 млн. просмотров), Анатолий Шарий (2,33 млн. подписчиков), «kamikadzedead» (число просмотров от 150 тыс. до 600 тыс.), Данила Поперечный (2,77 млн. подписчиков).

Нельзя не отметить блогера-журналиста Юрия Дуть со своим каналом «вДудь» (7,12 млн. подписчиков) – самый популярный интервьюер на пространстве «YouTube». В программе приняли участие в разное время такие политики, как: Павел Грудинин, Эдуард Лимонов, Владимир Жириновский, Владимир Познер, Ксения Собчак, Алексей Навальный и многие другие. А его главной фишкой этого шоу является вопрос звёздам и политикам «Оказавшись перед Владимиром Путиным, что Вы ему скажете?».

Смотря на все эти тысячи и миллионы подписчиков на новостных каналах, на страницах политиков и блогерах можно предположить, что данный вид информационного ресурса имеют большое влияние на людей, а так как молодёжь и студенты лидируют по количеству времени, проведённому в социальных сетях, то на них распространяется самое сильное влияние: все коррупционные расследования Алексея Навального, резкие высказывания Владимира Жириновского и преувеличенные эмоциональные новости из разных видео оставляют след на сознании обучающихся высших и профессиональных заведений.

Статистика социальных сетей в России 2020 от LiveDune обновляется каждый месяц (последнее обновление от 6.04.2020) говорит нам о том, что на январь 2020 года самой популярной социальной сетью является «YouTube» 71,5 % в то время «VK» всего 61,1 %. В среднем 40 минут за день пользователь проводит именно в YouTube.

Студенты, находясь в социальных сетях, находят себе кумиров, группы и черпают от них весь контент и часто мнение этих публичных лиц становится значимее, чем официальные источники получения информации или проверенные факты.

Таким образом, студенческая молодёжь одно из самых больших сообществ в государстве, и именно она часто задаёт вектор происходящих событий в «центре» и на местах, в регионах. Поэтому к наполнению социального пространства нужно подходить с полной долей ответственности.

В любом случае в современном мире мы не можем опровергнуть влияние YouTube блогеров на формирование мнения, системы ценностей и установок общества. Через призму каналов, мнений блогеров современный человек смотрит на мир, на его реалии, события и делает свои выводы.

Как сказал генеральный секретарь международной конфедерации журналистских союзов Ашот Джазоян на форуме европейских и азиатских медиа: «Реально уже формируется новое общественное мнение и его формируют блоги и социальные сети и, мне кажется, с этим надо считаться» [3]. И это подтверждается уже на протяжении 10 лет с момента этой фразы.

Итак, подводя итог, можно сказать, что современные социальные сети и блогосфера способствуют трансформации и модернизации политических институтов и процессов, а также оказывают значительное влияние на процессы

передачи информации в обществе, а значит, могут способствовать как укреплению доверия граждан к власти, так и подрыву ее авторитета у населения. Использование социальных сетей и блогов в политической практике предоставляет широкие возможности для участия граждан в процессе принятия политико-управленческих решений, что может способствовать значительной демократизации общества.

Список использованных источников:

1. Яковлев И. Паблик рилейшнз в организациях. – СПб.: ТОО «Петрополис», 1995. – 148 с.
2. The Brad Lands: The home of Brad L. Graham: America's leading source of Brad-related news since. 1998. URL: http://www.bradlands.com/weblog/comments/september_10_1999/ (дата обращения: 4.11.2020).
3. Лубенский А. Блоги сильнее влияют на общественное мнение, чем СМИ, считает эксперт. РИА Новости. 08.12.2010. URL: <https://ria.ru/20101208/306153508.html> (дата обращения: 2.11.2020).

ОЦЕНКА ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ОТНОШЕНИИ РАБОТЫ ПОЛИЦИИ (ОПЫТ КУЗБАССА)

Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор

Леонова Н. Н., студент

Сотников А. В., магистрант

Кемеровский государственный университет

nargizaleonova@yandex.ru

В современном мире одним из инструментов «обратной связи» между обществом и органами управления всех уровней власти выступает общественное мнение. Самым действенным методом изучения общественных настроений в Российской Федерации и ее субъектах в отношении органов внутренних дел и специального подразделения полиции является проведение социологических опросов. В настоящее время существуют разные виды социологических опросов – массовый репрезентативный опрос, блиц-опросы на улицах города, экспертные опросы и глубинные интервью, телефонные опросы и т. д., каждый из которых имеет свои достоинства и недостатки.

Целью данной статьи выступило рассмотрение и анализ результатов социологических опросов, проведенных в отношении полиции федеральными и региональными центрами за период с момента принятия Приказа МВД Российской Федерации от 1.12.2016 №777 «Об организации постоянного мониторинга общественного мнения о деятельности полиции» [1] по настоящее время на примере Кемеровской области-Кузбасса. Уточним, что проведением региональных опросов в Кузбассе занимается МВД России по Кемеровской области совместно с учеными и экспертами Фонда «Общественное мнение» и Центром региональных социально-политических исследований института истории и

международных отношений Кемеровского государственного университета [2, 3, 4].

На федеральном уровне согласно последнему опросу, проведенному Фондом «Общественное мнение» (ФОМ) 2 октября 2020 г., 36 % граждан удовлетворительно относятся к работе полиции, 28 % хорошо, 21 % плохо, остальные затруднились ответить. Поделилось поровну количество тех, кто считает, что к работникам полиции преобладает больше положительное отношение и отрицательное (по 41% соответственно). Почти половина респондентов (48 %) считают, что сотрудники полиции скорее компетентны, 30 % придерживаются обратного мнения. По мнению 46 % опрошенных, большинство полицейских честные и порядочные, у 26 % противоположное представление. Более две трети граждан (68 %) не испытывают тревогу, когда к ним подходят сотрудники полиции, 26 % – ощущают тревогу. Также 55 % респондентов имели дело с полицией, у 33 % положительный опыт [5].

Для сравнения в июле 2019 г. степень доверия населения к полиции выглядела следующим образом: 46 % участникам опроса не приходилось иметь дело с полицией. Положительное впечатление осталось от взаимодействия с полицейскими у 28 %, негативное – у 22 % респондентов. 29 % россиян, когда к ним обращается полицейский, испытывают беспокойство, тревогу, у 63 % подобных эмоций не бывает [6].

Как видим из представленных данных, динамика за период чуть больше года выглядит незначительно. Остался без изменений показатель количества респондентов, имеющих положительный опыт взаимодействия с полицией (в среднем 28 %), а вот чувство уверенности при обращении к респондентам полицейского возросло с 63 % до 68 %.

Однако социологические опросы проводятся не только на федеральном, но и на региональном уровне. Так, в Кемеровской области-Кузбассе с 2017 года было осуществлено изучение мнения населения для обеспечения организационной деятельности по повышению уровня доверия в Кузбассе к органам внутренних дел в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с привлечением экспертов Фонда «Сибирская политика» и Центра региональных социально-политических исследований КемГУ [7].

В сентябре 2020 года было впервые обеспечено проведение серии интернет-опросов пользователей на официальном сайте МВД России по Кемеровской области и в территориальных пабликах социальной сети «ВКонтакте», включая комплексное рассмотрение работы полиции и «точечные» проблемы, связанные с отдельными аспектами работы МВД России по Кемеровской области-Кузбасс. На официальном сайте 42.мвд.рф была размещена анкета, содержащая 10 вопросов, направленных на выявление общественных настроений населения Кемеровской области-Кузбасс в отношении работы органов внутренних дел, в том числе степени уверенности граждан в защищенности своих личных и имущественных интересов, уровня доверия населения к полиции, и определение уровня виктимизации населения (доля пострадавших от преступных посягательств за последний год).

Всего в опросе приняли участие 635 человек, из которых 44 % (277 человек) – мужчины и 56% (358 человек) – женщины. В возрастном отношении: наибольший процент (50 %) проголосовавших составили кузбассовцы в возрасте от 25 до 39 лет, 26 % – граждане от 40 до 54 лет, 18% – от 18 до 24 лет, и 6% – от 55 лет и выше.

По территориальной принадлежности наибольшее число проголосовавших (34 %) в качестве места проживания указали город Новокузнецк, 28 % – Кемерово, 12,5% – Белово, по 3,8 % – города Мыски, Анжеро-Судженск, Ленинск-Кузнецкий, по 2,5 % – города Прокопьевск, Юрга, Березовский.

Кроме того, в опросе приняло участие незначительное количество жителей городов Калтан (6), Междуреченск (4), Тайга (2), Осинники (2), Гурьевского (5), Беловского (3), Таштагольского (2), Чебулинского (2), Новокузнецкого (2), Топкинского (2), Мариинского (1), Ижморского (1) районов, составившее в целом 4,7 % от общего числа респондентов.

Для определения общественных настроений жителей Кемеровской области-Кузбасса в отношении работы полиции респондентам был задан ряд вопросов, касающихся их внутреннего ощущения защищенности. Прежде всего, насколько безопасно они чувствуют себя в своем городе или районе. На данный вопрос большинство респондентов (72 %) дали ответ, «безопасно» или «относительно безопасно», 26 % – выбрали ответ «небезопасно», 2% – затруднились с ответом.

Таким образом, в результатах опроса, количество участников, испытывающих обеспокоенность по поводу своей безопасности, т. е. ощущающих себя не защищенными от преступных посягательств (26 %), примерно совпало с количеством граждан, подвергшихся преступным посягательствам (24 %).

Вместе с тем, более половины (52 %) из общего числа респондентов, отвечая на вопрос о своем отношении к полицейским в настоящее время, ответили, что полностью (18 %) или скорее полностью доверяют полиции (34 %). При этом число тех, кто выбрал ответы «скорее не доверяю» и «абсолютно не доверяю» составило 41 %, 7 % респондентов затруднились с ответом. Для понимания причины того или иного отношения к полиции важным обстоятельством является личный опыт общения респондентов с полицейскими.

Наряду с онлайн-опросов на сайте МВД России по Кемеровской области онлайн-опросы были проведены в 44 территориальных пабликах в социальной сети «ВКонтакте», а также в официальных аккаунтах «Полиция Кузбасса» и «ГИБДД Кузбасса» был проведен опрос пользователей посредством онлайн-сервиса Google Формы (анкета содержала четыре основных вопроса, касающихся оценки гражданами работы полиции, уровня доверия к ее деятельности, их внутреннего ощущения защищенности от преступных посягательств и виктимизации).

Из общего числа пользователей, принявших участие в опросе, жители городов Кемерово, Новокузнецк, Прокопьевск, Белово, Анжеро-Судженск, Осинники, Калтан, Киселевск, Тайга, Мариинск, Таштагол в социальной сети

«ВКонтакте». Всего в данном опросе приняли участие 793 пользователя соцсетей, из которых 53,6 % – мужчины, 46,4 % – женщины. Большая часть участников опроса (68,9 %) в течение последних 12 месяцев лично не подвергались преступным посягательствам. Однако чуть более трети респондентов (31,1 %) ответили, что в отношении них в указанный период совершались преступления.

На вопрос, чувствуют ли они себя защищёнными от преступных посягательств 68,4 % от общего числа пользователей выбрали ответ «нет». Только 21,2 % респондентов на данный вопрос ответили утвердительно, а 10,4 % затруднились с ответом. При этом 25,7 % пользователей, принявших участие в опросе, ответили, что полностью доверяют полицейским в защите своей личной и имущественной безопасности. О своем недоверии полиции заявили 63,2 % респондентов, 11,2 % – не смогли ответить на поставленный вопрос.

В целом, в результате проведенных в онлайн-опросов на официальном сайте Главного управления и в социальных сетях получено мнение о работе полиции 1428 пользователей сети «Интернет».

Анализируя результаты опросов федеральных и региональных центров, следует отметить, что опросы федеральных центров, отражая ситуацию по стране в целом, а не по регионам, дают более оптимистичные оценки в отношении работы сотрудников полиции. Уровень доверия варьируется в пределах 28 %, при этом 48 % респондентов отмечают компетентность сотрудников полиции. Результаты региональных онлайн-опросов показали, что больше половины респондентов (68,4 %) не чувствуют себя защищенными от преступных посягательств 68,4 % от общего числа пользователей.

Наряду с этим такая разница в оценках связана с исследовательским инструментарием, который в онлайн-опросах не лишен ряда недостатков, например, невозможности следовать определенной выборке исследования, отсутствия технической возможности отбраковывать некачественно заполненные анкеты и исключать погрешности из итогового массива данных при подсчете результатов, практика перепостов на социальные группы протестной направленности («Не будь инертным», «Кузнецкое кайло», «Кузбасский эльф», «Протестный Кузбасс» и т. п.).

В любом случае практику проведения онлайн-опросов в Кемеровской области-Кузбассе необходимо продолжить с акцентом на «точечный» анализ ситуации в отдельных муниципальных образованиях, уделяя внимание вопросам, которые требуют особого контроля.

Список использованных источников:

1. Приказ МВД Российской Федерации от 1.12.2016 №777 «Об организации постоянного мониторинга общественного мнения о деятельности полиции». URL: <https://мвд.рф/mvd/documents/20120328164545/item/15825952> (дата обращения: 31.10.2020).

2. Матвеева Е. В. Деятельность полиции Кемеровской области в оценках общественности (на материалах регионального исследования) // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2019. – Т. 25. № 7. – С. 103-111.

3. Матвеева Е. В., Митин А. А. Современные тенденции институционализации гражданского общества в Кемеровской области-Кузбассе (на материалах регионального исследования) // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2020. – Т. 5. № 1 (15). – С. 25-32.

4. Матвеева Е. В., Митин А. А. Обеспечение общественного контроля в деятельности органов внутренних дел (на примере Кемеровской области) // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2018. – Т. 24. № 1. – С. 65-72.

5. Почти две трети россиян считают работу полиции хорошей или удовлетворительной. Фонд «Общественное мнение». 2.10.2020. URL: <https://мвд.рф/publicopinion> (дата обращения: 1.11.2020).

6. Фонд «Общественное мнение»: Полиция: отношение и оценки работы. Россияне оценивают профессионализм и честность полиции. URL: <https://fom.ru/Bezopasnost-i-pravo/14228> (дата обращения: 3.11.2020).

7. Матвеева Е. В., Гоосен Е. В., Каган Е. С., Никитенко С. М. Некоторые аспекты изучения факторов экономической и социально-политической стрессоустойчивости в регионе в условиях глобального кризиса // Фундаментальные исследования. – 2020. – № 8. – С. 56-60.

КАНАЛЫ YOUTUBE КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ГРАМОТНОСТИ МОЛОДЕЖИ

Русак С. Г., студент

Научный руководитель – Петрушин И. С., к. т. н., доцент

Иркутский государственный университет

rusak200281@gmail.com

Политическая грамотность граждан является одной из важных ценностей демократического государства. Направление развития страны, ее политической и экономической стабильности, формирование гражданского общества зависит от уровня образованности молодежи.

Политологи и социологи под политической грамотностью понимают уровень знаний об обществе, умений, навыков политической и общественной деятельности, этических и гражданских качеств личности, позволяющий ей осознанно участвовать в общественной и политической жизни государства [1, С. 196].

Представители власти на различных уровнях занимаются политическим просвещением. По средством создания молодежных органов при законода-

тельных и исполнительных органах власти, организации молодежных форумов и площадок включают молодое поколение в политическую жизнь страны. Однако, применяемые ими методы не охватывают большую часть молодых людей. В связи с этим инициативные граждане самостоятельно с применением современных технологий создают площадки для повышения уровня политической грамотности молодого поколения.

Одним из популярных и доступных для молодых людей ресурсов становится видеохостинг YouTube. По результатам опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения 58 % россиян являются пользователями YouTube. Доля пользователей выше среди молодежи, так в возрасте 18-24 лет (88 %) и 25-34 лет (90 %) из числа опрошенных [2].

Помимо развлекательного контента, среди пользователей также востребованы развивающие, образовательные каналы. Количество каналов, посвященных обучению политической грамотности, значительно уступает по количеству подобного материала по правовой и финансовой грамотности.

В статье представлен обзор каналов, направленных на политическое просвещение молодежи, изучение политической истории страны, функционирование политических институтов и т. д. Каналы, где происходит деструктивная критика, не основанная на базовых политологических принципах, не рассматриваются, т. к. они не представляют научной ценности.

Канал «Открытый университет» представляет собой свободное онлайн образование в формате лекций по политологии, социологии, экономике. Дата регистрации 1 февраля 2018 г. с 4,1 миллионами просмотров [3]. Лекции читают теоретики и практики, ведущие социологи, политологи, культурологи, экономисты ведущих вузов страны таких как МГУ, Высшая школа экономики, РАНХиГС, Европейский университет в г. Санкт-Петербурге и других.

Самым масштабным по количеству задействованных экспертов является курс лекций «Жить по понятиям. Основы гражданского знания», состоящий из 8 блоков по 8 видеороликов с комфортным хронометражем в среднем 20 минут [3]. Блок №1 «Демократии. Почему они так важны», блок № 2 «Идеологии. Как они конкурируют друг с другом», блок № 3 «Права. Как они регулируют нас», блок № 4 «Государства. Каковы их цели и средства», блок №5 «Истории. Как они помогают нам», блок №6 «Экономики. О чем они кроме денег?», блок №7 «Общества. Из чего они собираются», блок №8 «Знаковые понятия. Что вертится на языке».

Не менее интересным представляются авторские курсы. Политолог К. Ю. Рогов создал курс «Большой транзит: логика политической истории России, 1985-1999 гг.», раскрывающий историю и механизм трансформации СССР в современную Россию. Статистика: 22 видео, 46 тыс. просмотров. Лекции политолога Е. М. Шульман «Возвращение государства» посвящены политической истории России периода 2000-2012 гг. Статистика: 22 видео, 70 тыс. просмотров. Авторский курс «После империи» украинского журналиста В. В. Федорина повествует об истории стран Восточной Европы и бывшего СССР

после 1985 года, о том, как страны социалистического лагеря совершили переход к современному состоянию. Статистика: 18 видео, 13,5 тыс. просмотров.

Познавать политику невозможно в отрыве от экономики, поэтому наше внимание привлёк курс экономиста С. М. Гуриева «Дорога к рынку. Экономическая жизнь постсоветской России». В нём доступным языком повествуется, как создавалась современная экономика, механизмы работы налоговой системы, банков и т.д. Статистика: 22 видео, 261 тыс. просмотров.

В YouTube пространстве присутствуют представители академической науки: политологи, социологи, экономисты, историки, психологи и другие. Все они занимаются просвещением молодежи, каждый в своей отрасли. Ведут собственные каналы или видео с их выступлениями загружают сами пользователи. Однако, нас интересуют в первую очередь политологи. Одним из активных политологов в интернете является Екатерина Михайловна Шульман – кандидат политических наук, доцент кафедры государственного управления и публичной политики Института общественных наук РАНХиГС при Президенте РФ. Дата регистрации ее канала июнь 2016 г. За период работы канала общее количество подписчиков 351 тыс., 41,3 миллиона просмотров [4].

На канале Е. М. Шульман загружены лекции, записи публичных выступлений, интервью на различные темы: «политический язык и язык закона», «эволюция политических режимов», «политическая демография», «как стать гражданином», «будущее семьи, частной собственности и государства», «смена поколений и политическое поведение» и другие.

Существенный вклад в политическое просвещение оказывает её передача «Статус», которая выходит раз в неделю по четвергам на радио «Эхо Москвы» и транслируются на YouTube канале. Первая программа вышла в сентябре 2017 года и продолжает существовать. За период с сентября 2017 г. по октябрь 2020 г. было 135 выпусков [4]. Передача строится на трех рубриках и на вопросах от слушателей. Первая – «Не новости, но события», где Екатерина Михайловна помогает понять разницу между новостями (то, что привлекает внимание) и событиями (то, что имеет последствия). Происходит обсуждение актуальной политической повестки дня на международном и внутрироссийском уровне. Вторая рубрика «Азбука демократии», где на определенную букву алфавита выбирается и доступным языком объясняется политологический термин. Например, на букву «ф» политолог рассказала о таких понятиях как: федерализм, форма государства, фундаментализм, failed state и другие. Третья рубрика: «Отцы великие теоретики и практики». Здесь Е. М. Шульман повествует о мыслителях, исследователях, представителях разных научных направлений и веков, внесших вклад в развитие политологической науки. Повествуя о деятельности Н. Макиавелли, Ш. Монтескье, Т. Гоббса, М. Вебера, Т. Парсонса, С. Хантингтона, Ф. Фукуямы автор программы подчеркивает актуальность их работ и проводит параллели с российской и мировой действительностью. Каждый выпуск набирает более 120 тысяч просмотров на YouTube.

Задачей повышения политической грамотности молодежи обеспокоены и выпускники профильных специальностей. Осознав политическую безграмотность молодежи, с помощью знаний полученных в процессе обучения, Игорь Луговских – магистрант направления «Политология» Иркутского государственного университета создал канал на YouTube «Простая политика». Канал создан в сентябре 2016 г. и имеет 7,7 тыс. подписчиков, снято 26 видеороликов, общее количество просмотров 370 тысяч [5]. На канале создают ролики про внутреннюю и внешнюю политику России, рассказывают про государственное устройство России и зарубежных стран, а также объясняют важность участия в выборах, вскрывая тайны черных политических технологий. Зрители и подписчики канала регулярно оставляют в комментариях предложения по созданию роликов на определенные темы, к которым автор канала охотно прислушивается. Активными пользователями канала являются школьники, которые в поисках доступной информации по подготовке к ЕГЭ обращаются на канал.

В связи с последним стоит отметить, что каналы по подготовке к ЕГЭ опосредованно оказывают влияние на повышение политической грамотности. Подобные каналы пользуются популярностью среди будущих выпускников. Несмотря на то, что такие каналы смотрят в основном те ученики, которые планируют сдавать обществознание, информация, предоставляемая на канале, будет полезна большему количеству молодежи. Такие каналы стоит рассматривать в качестве стартовой площадки для дальнейшего глубокого познания политической сферы жизни общества.

В заключении хотелось бы отметить, в процессе поиска каналов, направленных на повышение политической грамотности, такие каналы на площадке YouTube имеются. Приведенные в статье примеры помогают разобраться в сложной политической науке, а также выработать критический взгляд и собственное мнение по политическим вопросам. Однако, следует подчеркнуть, количество каналов крайне мало. Только замотивированный пользователь сможет отыскать из всего разнообразия видеороликов о политике, рассматриваемые выше каналы.

В качестве рекомендации, при выборе канала или видеоролика следует обращать внимание на лектора, на его уровень компетентности, грамотности речи и уровень аргументации.

За повышением интереса к происходящим политическим процессам, следует увеличение запросов пользователей, что приведет к увеличению количества каналов, направленных на повышение политической грамотности молодежи.

Список используемых источников:

1. Желнина Е. В. К вопросу о политической грамотности российского электората // Вестник Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. – 2011. – № 8. – С. 196–201.

2. YouTube – «телевидение» XXI века. Аналитические обзоры. ВЦИОМ. – URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10022> (дата обращения: 05.10.2020).

3. Открытый университет. URL: <https://www.youtube.com/c/OpenUniver/featured> (дата обращения: 10.10.2020).

4. Катерина Шульман. – URL: <https://www.youtube.com/channel/UCL1rJ0ROIw9V1qFeIN0ZTZQ> (дата обращения: 13.10.2020).

5. Простая политика. – URL: <https://www.youtube.com/user/IgorekLButler> (дата обращения: 17.10.2020).

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПОЛИТИЧЕСКУЮ КУЛЬТУРУ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА)¹

Сат А. В., аспирант КемГУ, научный сотрудник ТИГПИ

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор

Кемеровский государственный университет,

Тувинский институт гуманитарных и прикладных социально-экономических исследований при Правительстве Республики Тыва.

aliya_sat@mail.ru

Изучение политической культуры современного общества – перспективное исследовательское направление в политической науке. В рамках изучения сферы политической культуры рассматриваются такие вопросы, как политическое поведение, ценности, убеждения и политическое сознание населения. На сегодняшний день знания о политической культуре в политологии систематизированы. Существует огромное количество определений политической культуры, но их можно подразделить на две части. Первая часть представляет собой узкое толкование термина. К ней можно отнести изучение политических ориентаций, установок и поведения индивидов. Вторая часть трактует политическую культуру как составляющую общей культуры связанную с политической сферой. В современном мире политическая культура подвержена влиянию информационных технологий. В российском политическом дискурсе на сегодняшний день проблема влияния информационных технологий на политическую культуру является малоизученной.

Информационно-коммуникационные технологии постепенно охватили все сферы общества, в том числе и политическую. Развитие интернета, появление социальных сетей, мессенджеров стали толчком к трансформации социокультурного пространства, в котором постепенно складываются свои пра-

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ, проект «Особенности политической культуры национальных регионов Сибири в условиях трансформации современного российского общества (на примере Республики Тыва, Республики Хакасия и Республики Алтай)», № 20-011-32198.

вила и нормы коммуникации [1, С. 76]. В рамках этого пространства пользователи находят разные возможности для реализации своего политического участия, формирования и выражения своего мнения или обоснования своей политической позиции [2, С. 80].

Трансформация социокультурного пространства способствовала изучению влияния новых форм коммуникаций на политическую сферу, выявление скрытых возможностей и рисков информационных технологий в политическом пространстве, что в свою очередь позволяет выявить тенденции современной политической культуры.

Информационные технологии в политике открывают кардинально новые возможности для коммуникации и взаимодействия, создавая возможности для доступа к политической информации широким слоям населения, упрощают обратную связь и тем самым создают инновационные формы участия населения в политическом процессе, становясь источником прозрачности действий политических институтов и конкретных политиков [3, С. 49].

Основной угрозой информационных технологий в политической сфере на сегодняшний день является делегитимация власти в виртуальном пространстве. Анонимность в Интернет-пространстве дает пользователям возможность высказывать критические идеи и взгляды на власть, обеспечивая мнимую безопасность [4, С. 133].

На современную политическую культуру Республики Тыва немаловажное влияние начали оказывать социальные сети и мессенджеры, где чаще всего встречается контент с частой критикой власти, недовольство политическими решениями на региональном и муниципальном уровнях, негативные высказывания в отношении политических лидеров. Например, контент-анализ популярной для жителей республики группы «Новости Тувы+» в социальной сети «ВКонтакте» показывает, что группа выступает нишей, где недовольные политической обстановкой в регионе люди выражают свое мнение, дают критическую оценку действиям властей.

Таким образом, в трансформации политической культуры под влиянием информационных технологий можно обозначить 2 ключевых момента:

1) политическое участие через возможность самовыражения, участия в дискуссиях на острые политические темы в социальных группах и мессенджерах. Процесс перехода политической жизни в онлайн-пространство способствует актуализации локальной политики, разрешению конкретных задач, в особенности в условиях дефицита финансово-материальных ресурсов, отдаленности проживания от административных центров;

2) манипулирование общественным мнением, неконструктивная критика власти. Анонимность пользователей в социальных сетях, Интернет-пространстве способствует трансформации политической культуры в сторону критиканства, зачастую даже радикализма во взглядах.

Таким образом, влияние информационных технологий на политическую культуру периферийного региона Российской Федерации позволяет разрабо-

тать новые формы взаимодействия власти и общества. Информационные технологии при грамотном использовании могут выступить эффективным инструментом формирования имиджа политических акторов, с одной стороны, и средством делигитимации политической власти, с другой стороны. Необходимо более детальное изучение затронутой проблемы, проведение исследования степени влияния информационных технологий на политическую сферу в целом.

Список использованных источников:

1. Новиков А. И. Политическая коммуникация в интернете: новое культурное пространство и трансформация практик // Коммуникология. – 2018. – Т. 6. – №2. – С. 74-84.
2. Василенко В.И. Социальные сети в глобализующемся мире: культура безопасности и демократия // Коммуникология. – Т. 2. – № 2. – С. 77-82.
3. Маковейчук А. В. Интернет-технологии как инструмент реализации цифровой политики в российском регионе на современном этапе // Социум и власть. – 2018. – №1 (69). – С. 47-54.
4. Сат А. В. Трансформация политической культуры под влиянием цифровых технологий (на примере Республики Тыва) // Возможности и угрозы цифрового общества: сборник научных статей; под общ. ред. А. В. Соколова, А. А. Власовой. – Ярославль, 2019. – С. 132-134.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА НАСЕЛЕНИЯ ТУВЫ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ¹

Сат А. В., аспирант КемГУ, научный сотрудник ТИГПИ
Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор
Кемеровский государственный университет,
Тувинский институт гуманитарных и прикладных социально-экономических исследований при Правительстве Республики Тыва.
aliya_sat@mail.ru

Формирование политической культуры общества является одной из основных задач каждого государства. Политическая культура подразумевает совокупность знаний и ориентаций о политическом процессе и его акторах, поведение общества, комплекс политических установок и ценностей граждан [1, С. 122].

Актуальность исследования влияния интернета на политические ориентации, ценности, общественное мнение и поведение населения обоснована в

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ, проект «Особенности политической культуры национальных регионов Сибири в условиях трансформации современного российского общества (на примере Республики Тыва, Республики Хакасия и Республики Алтай)», № 20-011-32198.

связи с большим распространением информационных технологий в современном мире. Виртуальное пространство все чаще выступает инструментом политических коммуникаций и информирования, большинство федеральных и региональных политических лидеров имеют официальные интернет-ресурсы, есть аккаунты у органов государственной власти и местного самоуправления, различных федеральных, региональных и местных государственных структур, общественно-политических организаций. Интернет открывает возможности доступа к политической жизни широким слоям населения, особенно активными пользователями информационных технологий выступают молодые люди.

О современной политической культуре населения можно судить исходя из политической коммуникации общества с органами власти. Следует отметить, что в Республике Тыва (далее РТ) официальные сайты имеют Правительство РТ, Верховный Хурал РТ (парламент), Мэрия столицы республики, а также их структурные подразделения – министерства и департаменты. Личные страницы в социальных сетях имеют Глава РТ, спикер парламента, республиканские министры и руководители местного самоуправления. Данные интернет-ресурсы осуществляют информирование населения о своей деятельности, выступают площадкой для интернет-приемной граждан, являются средством коммуникации между обществом и государством.

В Республике Тыва интернет-пользователями являются 79 % населения (по данным на конец 2019 года) [2, С. 2]. В рейтинге регионов по активности пользования интернетом республика находится в первых рядах, набрав при этом 83,8 % [3]. В рейтинге регионов по среднегодовому приросту числа пользователей интернета на 100 человек населения на основе данных 2013-2018 годов республика вышла на 4 место, набрав 11,25 %, на 1 месте Республика Чечня – 15,83 % [4]. Следует отметить, что в начале отчетного периода республика начинала с регионов с почти нулевым уровнем проникновения интернета в общественную жизнь.

По данным социологического исследования, самой популярной социальной сетью в Туве является ВКонтакте. 82 % опрошенных ответили, что зарегистрированы и активно пользуются данной социальной сетью. Следует отметить, что конкурирующую платформу Фейсбук используют люди чаще с высшим образованием, проживающие в городской местности. На втором месте по популярности оказалась интернет-платформа Инстаграм – 79 % респондентов оказались активными пользователями сети Инстаграм. На примере популярных социальных сетей в республике можно констатировать, что население Тувы предпочитает общественно-политические интернет-ресурсы, которые выступают источником информации о политической жизни в регионе и стране, средством политической коммуникации между обществом и властью, являются платформой, где можно найти единомышленников.

Таким образом, интернет в Республике Тыва является основным инструментом информационного сопровождения деятельности органов власти, обла-

дающим возможностью обратной реакции общества. На основе социологических исследований можно сказать, что большая часть населения – 63 % проявляли общественную активность в той или иной социальной сети: от участия в дискуссиях в популярных социально-общественных группах до высказывания своего мнения на общественно значимую проблему у себя на странице. Как показывают результаты исследования, в социальных сетях люди чаще пишут об острых социально-политических проблемах

Характеризуя политическую культуру населения Тувы в интернет-пространстве на сегодняшний день, можно отметить, что она относится к политической культуре участия по классификации политической культуры ученых Г. Алмонда и С. Вербы, которая характеризуется активным участием в жизнедеятельности функционирующих политических структур [5, С. 52]. Но в данном случае, активное участие выражается в виде виртуального участия, а не реального, которое подразумевалось учеными [6, С. 133].

Следует также отметить, что население Тувы принимает активное участие в выборах различного уровня, занимая первые позиции по уровню явки и поддержки «партии власти» среди регионов Российской Федерации. Регион относится к числу наиболее лояльных регионов по отношению к федеральному центру и действующей власти в масштабах всей страны. Во время выборов Президента РФ в сентябре 2018 года явка избирателей составила 93,66 %, из которых 91,98 % отдали свои голоса за В. В. Путина [7].

Подводя итоги, можно отметить, что Интернет повышает уровень политической культуры, оказывая влияние на степень информированности населения, реализуя участие граждан в обсуждении острых социально-политических проблем. Особенно это актуально для отдаленных от федерального центра регионов, с преобладанием сельского населения, где ранее было непросто принимать активное участие в политической жизни региона.

Таким образом, интернет является мощным стратегическим инструментом для формирования политической культуры населения в масштабах, как отдельного региона, так и страны в целом, т.к. доступность интернет-ресурсов позволяет транслировать в сети ценности и установки, ориентировать широкие массы, а также активизировать политическое участие граждан.

Список использованных источников:

1. Колпаков В. В. Влияние интернет-технологий на формирование политической культуры российской молодежи // Локус. – 2017. – №4. – С. 122-131.
2. Управление статистики образования, науки и инноваций. Численность пользователей сети Интернет на 100 человек населения. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/43569> (дата обращения: 09.11.2020).
3. Рейтинг регионов России по активности пользования интернетом – URL: <https://d-russia.ru/rejting-regionov-rossii-po-aktivnosti-polzovaniya-internetom.html> (дата обращения: 09. 11. 2020).

4. Деловой журнал Инвест-Форсайт. Где быстрее растет число пользователей. URL: <https://www.if24.ru/regiony-polzovately-interneta/> (дата обращения: 09. 11. 2020).

5. Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура. Политические установки и демократия в пяти странах. – М.: Мысль, 2014. – 502 с.

6. Сат А. В. Трансформация политической культуры под влиянием цифровых технологий (на примере Республики Тыва) / Возможности и угрозы цифрового общества: сборник научных статей; под общ. ред. А. В. Соколова, А. А. Власовой. – Ярославль, 2019. – С. 132-134.

7. Тува-онлайн. URL: <https://www.tuvaonline.ru/2018/03/21/tuva-utverzhdenu-itogi-vyborov-prezidenta-rossii-yavka-9366-za-vladimira-putina-9198-.html> (дата обращения: 09. 11. 2020).

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ (НА МАТЕРИАЛАХ РЕГИОНАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

Трофимова Д. А., магистр

Лейбович А. С., магистр

Матис А. А., магистр

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор

Кемеровский государственный университет

trofimova.darja96@yandex.ru

Современное общество – это сложная система, в которой все процессы тесно взаимосвязаны, а от деятельности каждой ячейки зависит эффективность развития всего общества. Поэтому для современной России остается актуальным вопрос формирования активного гражданина [1, 2]. Российская молодежь и процессы ее политической социализации по сей день являются актуальной темой, как политических, так и социологических исследований в отечественной науке. Это связано с кардинальными изменениями, происходящими в политической системе страны и мира в целом. Именно политическая социализация обеспечивает сохранение и передачу политического опыта новым поколениям, преемственность норм, ценностей, установок и ориентаций, и, таким образом, гарантирует стабильность политической системы.

В силу особенностей этой возрастной группы проблема политической социализации молодежи очень важна, поскольку от нее зависит будущее развитие общества и страны. Поэтому проблема политической социализации молодежи никогда не потеряет своей значимости. Многообразие зарубежных и отечественных исследований, которые посвящены изучению этого вопроса, ни в коей мере не свидетельствует об исчерпанности проблемы. Компоненты процесса политической социализации всегда развиваются, зависят от изменения общества и от той или иной политической ситуации в стране и мире. По-

нятийно-категориальный аппарат требует постоянно конкретизации, совершенствования и обобщения. Этим и обусловлена актуальность проводимых исследований исследования.

Данные вопросы представлены в работе таких региональных исследователей, как А. А. Зеленин, С. А. Пфетцер, А. В. Горелкин, которые выделяют Интернет, как один из основных агентов политической социализации современной молодежи. Они говорят о том, что в настоящее время особое место в поддержке ценностного самоопределения занимают информационные технологии [3, С. 47]. Основной причиной этому является снижение роли традиционных институтов (семья, школа) в процессе политической социализации молодых людей и росте авторитета средств массовой коммуникации. Интернет выигрывает у традиционных институтов тем, что, во-первых, является доступным и популярным способом получения любой информации для целевой социальной группы (молодежи), а во-вторых, тем, что через него проходит огромное количество искомого информационного контента.

Интернет – это возможность использования двухсторонней коммуникации, реализации собственной активности, обладание широкими возможностями, удобство и оперативность.

А. Н. Ильин в своей работе выделяет ряд «за» и «против» в плане влияния Интернета на личность и общество в целом. В качестве положительных сторон Интернета исследователь выделяет доступность и разнообразие информации, интерактивности, анонимность, возможность удовлетворения не только познавательных, но и коммуникативных целей и пр. К отрицательным эффектам он относит преизбыток информации, который приводит к поверхностному восприятию окружающего мира, снижение качества взаимодействия между людьми и замена реального общения на электронное и другое [4, С. 126-129].

А. А. Зеленин, С. А. Пфетцер, А. В. Горелкин выделяют следующие интернет-угрозы ценностному развитию молодежи:

- размывание традиционной системы ценностей;
- распространение нигилизма;
- формирование эгоистических установок и потребительского образа жизни;
- снижение значимости семейных ценностей;
- распространение экстремистских взглядов, формирование негативных установок в отношении других национальных и культурных групп, пропаганда национального превосходства и исключительности и др. [3, С. 47-48].

Данные угрозы остро ставят вопрос о необходимости разработки комплекса мер по обеспечению информационной безопасности молодежи в процессе ее социализации, в том числе и политической.

В целом вопросы политической социализации молодежи, ее политическое участие, реализация государственной молодежной политики также отражены в работах отмеченных ранее региональных ученых: А. А. Зеленин «Реа-

лизация государственной молодежной политики в регионах Сибирского федерального округа» [5], С. А. Пфетцер «Изменение содержательных характеристик политического участия молодежи Кемеровской области в период с 2005 по 2013 год» [6] и др.

В сентябре 2020 г. нами был проведен опрос общественного мнения среди студентов трех высших учебных заведений г. Кемерово с целью охарактеризовать специфику процесса политической социализации молодежи на примере студенчества высших учебных заведений Кемеровской области – Кузбасса.

В опросе приняли участие 300 студентов высших учебных заведений города Кемерово (КемГУ, КузГТУ, КемГМУ). Группы, направления подготовки, а также представители мужского и женского пола были выбраны методом случайной выборки. В результате были получены следующие выводы.

Интернет является главным источником получения информации о политических событиях среди молодежи (этот вариант выбрали 51 % опрошенных), что не удивительно, ведь большую часть своего дня молодые люди проводят в Интернете: ищут информацию, общаются в социальных сетях, просто просматривают интересующие их ресурсы, слушают музыку и даже в таком случае они, так или иначе, могут наткнуться на политическую информацию. Однако остальные средства массовой информации (телевидение, печатные издания, радио) все еще остаются немаловажным источником информации даже среди молодого поколения (28 % опрошенных), 21 % опрошенных доверяют рассказам родственников и знакомых.

На вопрос «Какие социально-политические институты в большей степени влияют на формирование Вашей политической позиции?» 51 % опрошенных студентов ответили, что в большей степени СМИ формируют их политические позиции, практически в равной степени считают, что учреждения образования (30 %) и семья (28 %), 21 % – общественные и политические организации, в меньшей степени политические позиции молодежи формируют органы власти (16 %) и религия (11 %). Это приводит нас к выводу о том, что несмотря на то, что такие традиционные институты как семья и учреждения образования все еще играют важную роль в процессе политической социализации молодых людей, на первый план выходит влияние СМИ.

Большая часть молодых людей считают себя полноправными участниками политического процесса и считают, что их активное участие в жизни страны необходимо. 42 % однозначно согласны, что молодежи необходимо активно участвовать в политической жизни страны, 41 % ответил «скорее да, чем нет», 9 % – «скорее нет, чем да», только 3 % категорично заявили, что нет необходимости, 5 % затруднились ответить.

Кроме того, не может не радовать то, что молодые люди ответственно относятся к получению политических знаний и считают, что их нужно пополнять. Большая часть опрошенных (66 %) считает, что политические знания необходимо пополнять в течение всей жизни, т.к. за молодежью будущее страны, 17 % думаю, что в этом нет необходимости, поскольку их участие не

влияет на политику, 14 % затрудняются ответить, и только 3 % считают, что достаточно и базовых школьных знаний.

Наиболее актуальными направлениями молодежной политики для студентов является трудоустройство и образование (по 23 %), жилье (15 %), здоровый образ жизни (12 %), в меньшей степени предпринимательство (11 %), общественная деятельность (10 %) и социальная поддержка молодых семей (6 %).

Стоит отметить и тот факт, что Интернет во многом играет важную роль для молодежи в качестве способа защиты своих прав. 26 % опрошенных готовы привлечь внимание общественности (обратиться в СМИ, общественные организации, использовать социальные сети) для решения проблемы, поскольку считают, что СМИ имеют огромное влияние на происходящие процессы в обществе. Ну и конечно, социальные сети, где каждый может легко и быстро разместить информацию, привлечь внимание не только общества, но и органов власти. 35 % респондентов готовы обратиться в правоохранительные органы, в случае нарушения их прав. Этот способ является наиболее привычным и законным методом действия для любого гражданина нашей страны. 16 % готовы обратиться за помощью в органы власти, 12 % участвовали бы в акциях протеста, а 11 % ничего бы не делали, т. к. уверены в безуспешности каких-либо действий.

Таким образом, хотя авторами была исследована только небольшая часть молодежи, а именно студенческая молодежь, и в статье представлена лишь часть полученных результатов, на основании проведенного исследования можно сделать вывод что молодые люди довольно положительно относятся к политике, стараются следить за основными политическими событиями, отмечают важность участия молодежи в политической жизни страны, готовы отстаивать свои права и интересы, интересы своей страны, предлагать свои идеи по ее развитию. Однако они не так активны в политике, как хотелось бы, поскольку чаще всего их волнуют такие насущные вопросы как получение качественного образования и впоследствии престижной, высокооплачиваемой работы.

Список использованных источников:

1. Матвеева Е. В., Митин А. А. Современные тенденции институционализации гражданского общества в Кемеровской области-Кузбассе (на материалах регионального исследования) // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 1 (15). С. 25-32.

2. Матвеева Е. В. Институт общественного контроля как фактор развития гражданского общества в региональном политическом пространстве // Траектории политического развития России: институты, проекты, акторы. материалы всероссийской научной конференции РАПН с международным участием. Московский педагогический государственный университет. Москва, 2019. С. 246.

3. Зеленин А. А., Пфетцер С. А., Горелкин А. В. Политическая социализация «провинциальной» молодежи: информационная поддержка ценностного самоопределения в системе технологий содействия ценностному развитию // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – № 3. – С. 45-49.

4. Ильин А. Н. Интернет как альтернатива политически ангажированным СМИ // Полис. – 2012. – № 4. – С. 126-136.

5. Зеленин А. А. Реализация государственной молодежной политики в регионах Сибирского федерального округа // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2009. – № 2. – С. 217-224.

6. Пфетцер С. А. Изменение содержательных характеристик политического участия молодежи Кемеровской области в период с 2005 по 2013 год // Современные исследования социальных проблем. – 2013. – № 9. – С. 1-24.

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Цыганова В. В., студентка

Научный руководитель – Чирун С. Н., д. полит. н, доцент

Кемеровский государственный университет

vikulya.vitalevna999@inbox.ru

У современной отечественной молодежи проблема формирования иерархии ценностей выходит на первый план среди отечественных социологических проблем. Актуальность и важность данной проблемы находит своё отражение во влиянии не только на ценностный мир указанной выше социально-демографической группы, но и на ценностный мир и жизнь всего общества.

Из этого следует, что усиливающееся посредством расширения сети Интернет и средств массовой информации (СМИ) влияние глобализации, обуславливает унификацию специфики формирования ценностей, а также установок и моделей поведения молодого человека.

В Российской Федерации под молодежью обычно понимается социально-демографическая группа, выделяемая на основе возрастных особенностей, социального положения и характеризующаяся специфическими интересами и ценностями. Эта группа включает лиц в возрасте от 14 до 30 лет, а в некоторых случаях, определенных нормативными правовыми актами Российской Федерации и субъектов Российской Федерации, до 35 и более лет, имеющих постоянное место жительства в Российской Федерации или проживающих за рубежом (граждане Российской Федерации и соотечественники) [1].

Однако, пока ещё сохраняется значительная неопределённость, касающаяся как нормативных оснований государственной молодёжной политики

(ГМП) [2, С.16-32], так и перспектив дальнейшей трансформации верхней границы молодёжного возраста в сторону его повышения.

На фоне всех актуальных тенденций наибольший вклад в трансформацию молодёжной политики вносит глобализация. Информационные технологии благодаря глобализации развиваются более стремительно. СМИ и социальные сети формируют единое глобальное общество, которое характеризуется более тесным взаимодействием всех социально-демографических групп. В глобальном обществе социальные, культурные, психологические установки, духовные ценности выходят на новый уровень развития.

Именно молодежь, как наиболее мобильная и целеустремленная социальная демографическая группа, опускает границы во всем мировом пространстве.

Необходимо уделять больше внимания процессу социализации молодёжи, в ходе которого формируются основополагающие нормы и правила, гармонизирующие процесс преемственности поколений. В данном процессе следует выделить основные институты политической социализации, потому что именно они, в первую очередь, прививают систему ценностей. Семья, как первостепенный институт социализации личности, в большинстве случаев, старается прививать нормы и ценности, которые распространены в обществе и идут на его благо. Так, семья актуализирует важность и необходимость получения образования и успешного прохождения учебной деятельности. Учащийся в школе, бакалавр, магистрант неразрывно взаимодействуют с информационными технологиями. Данное взаимодействие может выражаться в процессе повышения уровня информационной грамотности и культуры молодёжи.

В эпоху информационного общества на первый план выходит реальная и актуальная информация, которая соответствует обстановке в мире, стране, регионе, городе или ином территориальном образовании. Не зря, в основах государственной молодёжной политики отмечается, что негативное влияние внутренних и внешних факторов, а также деструктивное информационное воздействие может обуславливать социальное расслоение. Социальная дифференциация, как проблемный фактор воздействия на молодежь может привести к повышению агрессивности в молодёжной среде, национальной и религиозной нетерпимости, а также социальному напряжению в обществе.

Именно из вышеперечисленных факторов и формируется проблема влияния информационных технологий на ценностный комплекс молодёжи.

Данная проблема отнюдь не является проблемой национального характера, в первую очередь, потому что в век информационных технологий развиваются ценности, которые отражены во всем глобальном пространстве. В подтверждении данной точки зрения Институт социологии федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук приводит пропорционально соотношение молодёжи, которая интересуется русской историей и русской культурой, и молодёжью, которая мало интересуется нашей историей, культурой и ориентирована на западные ценности [3].

В первую очередь, из данного пропорционального соотношения, очевидно, что превалирует доля молодых людей, которые не интересуются русской историей и русской культурой.

Считаю предложить, что для решения данной проблемы необходимо государственное внедрение элементов контроля за СМИ и социальными сетями.

Данный контроль необходим для формирования истинного патриотического мышления молодежи. В то же время, наравне с процессом формирования патриотического мышления необходимо внедрение элементов формирования независимого мышления молодежи.

Независимое мышление молодежи помогает в сортировке информации в век глобализации. Так, рассматриваемая социально-демографическая группа самостоятельно сможет определить подлинность информации в социальных сетях и ограничить себя от ложных ценностей, прививаемых в деструктивных сетевых сообществах [4, С. 152-158].

С учетом предложенного решения проблемы, следует рассматривать вариант поэтапного формирования количества людей с созидательным мировоззрением, профессиональными знаниями, которые смогут демонстрировать высокую культуру, в том числе культуру межнационального общения, ответственность и способность принимать самостоятельные решения, нацеленные на повышение благосостояния страны, народа и своей семьи.

История Российской Федерации, несомненно, способна выработать в молодежной среде приоритет национально-государственной идентичности, а наряду с ним и воспитать чувство гордости за Отечество.

В заключении следует отметить, что проблема влияния информационных технологий на ценностную сферу молодежи требует незамедлительных и точных решений, сопряженных с эффективным политическим менеджментом в правовой, экономической и культурной политике государства [5, С.168-179].

При реализации предложенных выше решений возможна реализация государственной молодежной политики. Данные предложения могут помочь в ликвидации проблемы «утечки мозгов» и смежных с ней проблем. Только при тесном взаимодействии с государством всех социальной-демографических групп, представляющих российское гражданское общество, возможно успешное развитие Российской Федерации.

Список использованных источников:

1. Распоряжение Правительства РФ от 29 ноября 2014 г. N 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики РФ на период до 2025 г.» // Собрание законодательства РФ. – 2014. – № 50. – ст. 7185.
2. Чирун С. Н. Государственная молодёжная политика Российской Федерации: проблемы реализации и противоречия методологии // Политика и Общество. – 2017. – № 1. – С.16-32.

3. Молодежь новой России: ценностные приоритеты. URL: https://www.isras.ru/analytical_report_Youth_7_1.html (дата обращения: 08.10.2020).

4. Чирун С. Н., Будаев А. С., Боброва Е. А. Типология и диагностика эффективности политических сетей: институциональный аспект // Государственное и муниципальное управление. Учёные записки. РАНХиГСО. Ростов-на-Дону. – 2018. – №1. – С.152-158.

5. Бирюков С. В., Кисляков М. М., Чирун С. Н. Политический маркетинг: к модернизации концепта, его методологических и политико-технологических оснований // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. – 2019. – № 50. – С. 168-179.

СОЦИАЛЬНАЯ РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ: ПОЛИТИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Матвеева Е. В., д. полит. н., профессор
Гефсиманская Л. М., магистрант
Кемеровский государственный университет
mev.matveeva@yandex.ru

Одной из сфер общества, динамично развивающейся в последние годы в региональном пространстве Российской Федерации и привлекающей к себе пристальное внимание со стороны государства, является деятельность социально-ориентированных НКО (далее СО НКО) [1,2,3].

Напомним, что сам термин СО НКО появился впервые в Федеральном законе от 5 апреля 2010 г. № 40-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций», когда были внесены изменения в Федеральный закон от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях».

Согласно Федеральному закону п.1 ст. 31.1 к таким организациям относятся:

- 1) социальное обслуживание, социальная поддержка и защита граждан;
- 2) подготовка населения к преодолению последствий стихийных бедствий, экологических, техногенных или иных катастроф, к предотвращению несчастных случаев;
- 3) оказание помощи пострадавшим в результате стихийных бедствий, экологических, техногенных или иных катастроф, социальных, национальных, религиозных конфликтов, беженцам и вынужденным переселенцам;
- 4) охрана окружающей среды и защита животных;
- 5) охрана и в соответствии с установленными требованиями содержание объектов (в том числе зданий, сооружений) и территорий, имеющих историческое, культовое, культурное или природоохранное значение, и мест захоронений;
- 6) оказание юридической помощи на безвозмездной или на льготной основе гражданам и некоммерческим организациям и правовое просвещение населения, деятельность по защите прав и свобод человека и гражданина;
- 7) профилактика социально опасных форм поведения граждан;
- 8) благотворительная деятельность, а также деятельность в области содействия благотворительности и добровольчества;

9) деятельность в области образования, просвещения, науки, культуры, искусства, здравоохранения, профилактики и охраны здоровья граждан, пропаганды здорового образа жизни, улучшения морально-психологического состояния граждан, физической культуры и спорта и содействие указанной деятельности, а также содействие духовному развитию личности;

10) формирование в обществе нетерпимости к коррупционному поведению;

11) развитие межнационального сотрудничества, сохранение и защита самобытности, культуры, языков и традиций народов Российской Федерации;

12) деятельность в сфере патриотического, в том числе военно-патриотического, воспитания граждан Российской Федерации;

13) проведение поисковой работы, направленной на выявление неизвестных воинских захоронений и непогребенных останков защитников Отечества, установление имен погибших и пропавших без вести при защите Отечества;

14) участие в профилактике и (или) тушении пожаров и проведении аварийно-спасательных работ;

15) социальная и культурная адаптация и интеграция мигрантов;

16) мероприятия по медицинской реабилитации и социальной реабилитации, социальной и трудовой реинтеграции лиц, осуществляющих незаконное потребление наркотических средств или психотропных веществ;

17) содействие повышению мобильности трудовых ресурсов;

18) увековечение памяти жертв политических репрессий [4].

С 1 января 2017 года в законе появился пункт об НКО, исполняющих общественно полезные услуги. Под ними понимаются социально ориентированные НКО, которые не менее года «оказывают общественно полезные услуги надлежащего качества» и не являются иностранными агентами. Те, кто попадут в соответствующий реестр, смогут рассчитывать на субсидии от государства. Но, по признанию самих организаций, получение статуса исполнителя общественно полезных услуг идёт очень медленно [5].

В соответствии с Федеральным законом от 28 декабря 2013 года N 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» в регионах формируются реестры поставщиков социальных услуг и реализуется программа поэтапного доступа НКО к бюджетным средствам на оказание услуг гражданам в социальной сфере. Основным документом в этой области выступает Комплекс мер, направленных на обеспечение поэтапного доступа социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность в социальной сфере, к бюджетным средствам, выделяемым на предоставление социальных услуг населению, на 2016–2020 годы.

По данным Минэкономразвития, 72 субъекта Российской Федерации осуществляют финансирование СО НКО в социальной сфере (2016 году – 49). Общий объем средств, переданных субъектами Российской Федерации СО НКО на реализацию указанных направлений, в 2017 году составил более 24 млрд рублей. Средства были распределены между 4,1 тыс. СО НКО, услуги

которых получили более 6 млн человек. В частности, в сфере социальной защиты и социального обслуживания совокупный рост финансирования СО НКО составил 98% (с 2,94 млрд руб. в 2016 году до 5,82 млрд в 2017 году) [6, С. 72].

Какие изменения в отношении СО НКО происходят сегодня в условиях пандемии на федеральном уровне и как на инициативы «центра» реагируют регионы? Эти вопросы сегодня, по мнению авторов, статьи представляют наибольшую значимость, т. к. от происходящих изменений в нормативно-правовой плоскости будут зависеть качественные параметры работы некоммерческого сектора в краткосрочной перспективе.

Отметим самые значимые, на наш взгляд, инициативы федеральной власти приходится на 2-3 кварталы 2020 г.

8 июня 2020 года на встрече с работниками социальных учреждений и некоммерческих организаций Президент РФ В. Путин объявил о начале старта нового конкурса Фонда президентских грантов для НКО в период борьбы с коронавирусом. Конкурс направлен на поддержку «социально ориентированных некоммерческих организаций, которые участвуют в борьбе с коронавирусной инфекцией и последствиями ее распространения» [7]. В этот же день вступил в силу Федеральный закон №172-ФЗ, освобождающий НКО, вошедшие в специальные реестры (получатели субсидий и грантов по программам федеральных и региональных органов исполнительной власти, органов местного самоуправления; получатели грантов Президента Российской Федерации; поставщики социальных услуг; исполнители общественно полезных услуг) от уплаты страховых взносов за II квартал 2020 года (деньги можно направить на зарплаты, коммунальные платежи и др.).

Еще одним нововведением стала разработка Минюстом России по поручению Правительства РФ проекта постановления «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 26 января 2017 г. № 89». Постановление необходимо для реализации закона о включении социально ориентированных НКО – победителей конкурсов президентских грантов в реестр ИОПУ без дополнительной оценки качества услуг [8].

Особое место в вопросе оказания поддержки СО НКО в регионах стала принятие инициативы об оказании льготной поддержки

30 апреля 2020 г. Президент В. Путин по итогам встречи с участниками Всероссийской акции взаимопомощи #МыВместе утвердил перечень поручений, затрагивающие дальнейшую работу СО НКО в условиях пандемии.

Согласно проделанной работе в регионе (официальное письмо Губернатора С. Цивилева на имя Президента РФ В. Путина, датируемое 28 октября 2020 г.) были реализованы и продолжается работа по следующим мероприятиям.

1. 28 октября на сессии Законодательного Собрания Кемеровской области – Кузбасса рассмотрен и утвержден законопроект, предоставляющий для социально ориентированных некоммерческих организаций пониженные

ставки налога, взимаемого при применении упрощенной системы налогообложения. «В соответствии с ним с 2020 по 2022 годы включительно налоговые ставки для социально ориентированных НКО будут снижены до 5 %, если объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов, и до 1 % – если объектом налогообложения являются доходы» [9].

2. Разработан проект постановления Правительства Кемеровской области – Кузбасса «Об имущественной поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций», который сейчас находится на стадии согласования. Данным проектом утверждается порядок формирования, ведения, обязательного опубликования перечня государственного имущества, свободного от права третьих лиц (за исключением имущественных прав некоммерческих организаций), которое может быть предоставлено во владение и (или) пользование на долгосрочной основе (в том числе по льготным ставкам арендной платы) социально ориентированным некоммерческим организациям, а также порядок и условия предоставления во владение и (или) в пользование государственного имущества Кемеровской области – Кузбасса, включенного в перечень государственного имущества Кемеровской области – Кузбасса, свободного от прав третьих лиц (за исключением имущественных прав некоммерческих организаций), которое может быть предоставлено во владение и (или) в пользование на долгосрочной основе (в том числе по льготным ставкам арендной платы) социально ориентированным некоммерческим организациям.

3. Принято постановление Правительства Кемеровской области – Кузбасса от 20.05.2020 №303 «О реализации постановления Правительства Российской Федерации от 15.05.2020 №681 «Об утверждении Правил предоставления в 2020 году иных межбюджетных трансферов из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации, источником финансового обеспечения которых являются бюджетные ассигнования резервного фонда Правительства Российской Федерации, в целях софинансирования расходных обязательств субъектов Российской Федерации, возникающих при осуществлении выплат стимулирующего характера за особые условия труда и дополнительную нагрузку работникам стационарных организаций социального обслуживания, стационарных отделений, созданных не в стационарных организациях социального обслуживания, оказывающим социальные услуги гражданам, у которых выявлена новая коронавирусная инфекция, и лицам из групп риска заражения новой коронавирусной инфекцией», предусматривающее размеры и условия установления выплат стимулирующего характера работникам стационарных организаций социального обслуживания, стационарных отделений на период 15.04.2020 – 20.10.2020. По состоянию на 20.10.2020 указанные выплаты получили 2940 человек на общую сумму 304,64 млн. рублей из средств федерального бюджета, 88,8 млн. рублей – из средств регионального бюджета.

Работникам государственных и муниципальных учреждений социального обслуживания населения Кузбасса, перешедшим на работу с непрерывной продолжительностью режима изоляции 14 дней, из средств областного

бюджета предусмотрена дополнительная стимулирующая выплата в размере 5000 рублей в месяц (на выплату начисляется районный коэффициент) за 14-дневную смену в соответствии с постановлением Правительства Кемеровской области – Кузбасса от 26.05.2020 №311 «Об установлении выплаты работникам некоторых государственных и муниципальных организаций на период действия мер по предотвращению распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19 на территории Кемеровской области - Кузбасса».

4. В целях оказания имущественной поддержки социально ориентированным некоммерческим организациям с учетом введения ограничительных мер в связи с распространением новой коронавирусной инфекции внесены изменения в распоряжение Правительства Кемеровской области - Кузбасса от 25.05.2020 №294-р «О предоставлении отсрочки уплаты арендной платы, приостановлении исполнения обязательств по договорам аренды недвижимого имущества, договорам на размещение нестационарных торговых объектов на территории Кемеровской области - Кузбасса».

Данные изменения позволяют предоставить отсрочку арендных платежей по договорам аренды недвижимого имущества, заключенным с социально ориентированными некоммерческими организациями, включенными в реестр некоммерческих организаций-получателей поддержки, реестр некоммерческих организаций-исполнителей общественно полезных услуг, на срок с 16.03.2020 до 01.10.2020 с рассрочкой погашения не ранее 01.01.2021 и не позднее 01.01.2023, поэтапно, не чаще 1 раза в месяц, равными платежами, размер которых не превышает размера половины ежемесячной (ежеквартальной) арендной платы по договору аренды либо на иных условиях по соглашению сторон.

5. Выплата субсидий некоммерческим организациям, не являющимся государственными учреждениями Кемеровской области - Кузбасса, для компенсации поставщикам социальных услуг, включенным в реестр поставщиков социальных услуг, но не участвующим в выполнении государственного задания (заказа), стоимости социальных услуг, предоставленных гражданам в соответствии с индивидуальной программой предоставления социальных услуг, производится своевременно, в сроки, определенные постановлением Коллегии Администрации Кемеровской области от 07.09.2018 №367 «Об утверждении порядков предоставления субсидий поставщикам социальных услуг, включенным в реестр поставщиков социальных услуг, но не участвующим в выполнении государственного задания (заказа), за предоставленные гражданам социальные услуги, предусмотренные индивидуальной программой предоставления социальных услуг».

6. В соглашения о предоставлении из областного бюджета субсидий некоммерческим организациям, не являющимся государственными учреждениями Кемеровской области - Кузбасса, для компенсации поставщикам социальных услуг, включенным в реестр поставщиков социальных услуг, но не участвующим в выполнении государственного задания (заказа), предоставленных

гражданам в соответствии с индивидуальной программой предоставления социальных услуг, внесены изменения в части обеспечения возможности ежемесячного предоставления пакета документов с целью ежемесячного получения указанной субсидии. Социально ориентированные некоммерческие организации, соответствующие данным требованиям, пользуются такой возможностью и на протяжении трех месяцев получают денежные средства по соглашениям.

7. В регионе обеспечены условия продолжения работы в штатном режиме для СОНКО, осуществляющих деятельность в сфере социального обслуживания населения, с учетом введенных ограничительных мер, связанных с распространением новой коронавирусной инфекции COVID-19.

Подводя итог, следует отметить, что время покажет, насколько принятые меры позволят стабилизировать текущее состояние в деятельности СО НКО, придаст им, если не новый «толчок» развития, то по крайней мере позволит продолжить свою работу в регионе. Однако как нам представляется требуется дальнейший мониторинг ситуации, связанной с деятельностью НКО в регионе и своевременно реагирование в случае ухудшения ситуации.

Список использованных источников:

1. Матвеева Е. В., Митин А. А. Современные тенденции институционализации гражданского общества в Кемеровской области-Кузбассе (на материалах регионального исследования) // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2020. – Т. 5. № 1 (15). – С. 25-32.

2. Матвеева Е. В., Митин А. А. Реализация механизмов муниципальной поддержки социально-ориентированных НКО в Кемеровской области-Кузбассе // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2020. – Т. 26. № 2. – С. 74-81.

3. Матвеева Е. В., Гоосен Е. В., Никитенко С. М., Митин А. А. Индикаторы стрессоустойчивости Кузбасса в условиях пандемии 2020 г. (на материалах экспертных оценок) // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2020. – Т. 26. № 7. – С. 86-96.

4. Федеральный закон "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций" от 05.04.2010 N 40-ФЗ (последняя редакция). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_99113/ (дата обращения: 22.10.2020).

5. Степанова А. Государство отдаёт свои социальные обязательства НКО: зачем? кто ответит? URL: <https://regnum.ru/news/2327741.html> (дата обращения: 22.10.2020).

6. Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2018 год. – М.: Общественная палата Российской Федерации, 2018. – 190 с.

7. Владимир Путин объявил о проведении специального конкурса Фонда президентских грантов. URL: <https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn-->

plai/public/news/vladimir-putin-ob%22yavil-o-provedenii-spetsial%27nogo-konkursa-fonda-prezidentskikh-grantov (дата обращения: 22.10.2020).

8. Минюст разработал проект, который упростит процедуру включения НКО в реестр ИОПУ. 19.06.2020. URL: https://www.asi.org.ru/news/2020/06/19/iopu-proekt/?fbclid=IwAR3puNTDwNWYgoBM5XJFScjUL-mxjc-d_K7CwNzjXUUbBXUx76b-fswVmFA (дата обращения: 22.10.2020).

9. В Кузбассе снизят налоговые ставки для социально ориентированных НКО. 29.10.2020. URL: <https://er.ru/activity/news/v-kuzbasse-snizyat-nalogovye-stavki-dlya-socialno-orientirovannyh-nko> (дата обращения: 22.10.2020).

К ВОПРОСУ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ПРИ ПОМОЩИ КРИПТОВАЛЮТ В РФ

Ризванов Т. Х., студент

Научный руководитель – Мамаев А. Е., к. экон. н., доцент

Марийский государственный университет

tax.rizvanov@yandex.ru

Целью данного исследования является изучение процесса легализации денежных средств с помощью криптовалют на территории Российской Федерации.

При выполнении данной работы были проанализированы случаи отмыывания денег, когда преступники, использовавшие криптовалюту, были выявлены и осуждены. Кроме того, были исследованы позиция основных органов власти и организаций относительно правового статуса криптовалюты на территории Российской Федерации.

Результаты исследования показали, что криптовалюта – это достаточно удобный инструмент для отмыывания денег, так как данный способ предоставляет относительную анонимность для владельца криптовалюты, поскольку не требует никакой личной информации о пользователе и его местонахождении. Указанная особенность сводит к минимуму возможность для правоохранительных органов отследить преступную деятельность и установить личность преступника. Кроме того, криптовалютные транзакции находятся вне государственного контроля, поскольку для проведения любых транзакций с использованием криптовалюты нет необходимости в их проверке третьими лицами, такими как банк или государственный орган. Кроме того, пользователь может иметь более одного счета и проводить транзакции из разных мест одновременно.

«Уголовный кодекс РФ» легализацию (отмыывание) денежных средств трактует, как совершение финансовых операций и других сделок с денежными средствами или иным имуществом, заведомо приобретенными другими

лицами преступным путем, в целях придания правомерного вида владению, пользованию и распоряжению указанными денежными средствами или иным имуществом [1].

Существуют два самых распространенных способа отмывания денег при помощи криптовалют. Далее они будут рассмотрены с конкретными примерами.

Одним из самых популярных методов для отмывания денег является, так называемое, наслаивание. Ее суть заключается в том, что на деньги, полученные незаконным путем, покупается криптовалюта. Затем, используя специализированные сервисы-миксеры, приобретенная криптовалюта разделяется на множество частей, которые конвертируются в другие доступные токены (токен – это единица учёта, не являющаяся криптовалютой, предназначенная для представления цифрового баланса в некотором активе, иными словами выполняющая функцию «заменителя ценных бумаг» в цифровом мире) [2]. После этой процедуры токены через электронные обменные пункты, не контролируемые государством и правоохранительными органами, обмениваются на фиатные деньги. После таких процедур почти невозможно отследить человека, который решил легализовать деньги, полученные преступным путем.

В мировой практике наиболее ярким примером данного способа отмывания денег можно назвать деятельность компании «Liberty Reserve». В мае 2013 года Министерство юстиции США выдвинуло обвинения против компании «Либерти резерв» (которая была системой электронных транзакций и располагалась в Коста-Рике) и семи ее менеджеров и сотрудников. Они обвинялись в совершении незарегистрированной коммерческой деятельности с предоставлением услуг по переводу денежных средств и отмывании денег путем содействия операциям с незаконным доходом более 6 миллиардов долларов США. Эта система насчитывала миллионы пользователей по всему миру, в том числе 200000 пользователей в США. В его рамках было совершено около 55 миллионов сделок, почти все из которых были незаконными. Внутри системы использовались собственные виртуальные валюты «Liberty Reserve Dollars», «Liberty Reserve Euros» и «Liberty Reserve Gold», однако в начальной и конечной точках транзакции деньги конвертировались и хранились в фиатной валюте (USD) [3]. В результате проведенных хорошо скоординированных действий министерство финансов США определило «Liberty Reserve» в качестве финансового агентства, что позволило выдвинуть обвинения против компании в отмывании денег и уличить компанию в нарушении главы 311 антитеррористического закона США (Patriot Act) и полностью лишить его доступа в финансовую систему США (FATF, 2015) [3].

Еще одним способом отмывания и обналаживания денег, можно признать создание незарегистрированного криптовалютного обменника. Физическое или юридическое лицо создает криптовалютный обменник, оформляет дебетовые банковские карты и далее от своего имени и через свой криптовалютный счет покупает виртуальную валюту на деньги, полученные преступным путем. Далее, используя сайты-миксеры криптовалют, переводит деньги

на свои «серые счета» и после этого обналичивает деньги на приобретенные банковские карты (огромные суммы дробятся на более мелкие части, чтобы избежать пристального внимания правоохранительных органов и сотрудников банков), а потом обналичиваются через банкоматы. У данной схемы есть свои преимущества перед другими способами. Во-первых, заказчик отмывания фактически не участвует в данном процессе и может остаться вне внимания сотрудников правоохранительных органов. Во-вторых, вся ответственность за процесс отмывания денег лежит на подрядчике. И, в-третьих, заказчик получает наличность в любой валюте. Кроме того, как показала практика, данные услуги стоят дешевле, чем все вышеописанные схемы. Далее будет кратко рассмотрен судебный прецедент.

16 июля 2018 года задержанным в сентябре 2017 года жителям Костромы, которые обвинялись в нелегальном заработке, обналичивая и продавая криптовалюту, Свердловский районный суд Костромы вынес обвинительный приговор: 2 года условно получил организатор, а его пособники по 1,5 года каждый. Суд также постановил уничтожить изъятую компьютерную технику и телефоны [4].

Злоумышленники занимались оформлением банковских и сим-карт на своих родственников и знакомых, которые затем осуществляли обмен и переводы криптовалюты через Интернет. В результате, подсудимые получили доход более 5 млн рублей, говорится в материалах дела [4].

Обвинения предъявлялись по ст. 172 «Незаконная банковская деятельность». Во время расследования статья была переквалифицирована на «Незаконную предпринимательскую деятельность» из-за того, что криптовалюта, участвующая в деле, не считается денежным средством, поэтому операции с ней не квалифицируются как банковские [4].

Рассмотрение этого дела создаёт прецедент и суды теперь будут нацелены на разработку алгоритмов квалификации нелегальных операций с криптовалютами.

Краткое изложение юрисдикционных подходов к регулированию и надзору операций с криптовалютами в Российской Федерации представлено ниже.

В январе 2014 года была опубликована информация Банка России «Об использовании при совершении сделок «виртуальных валют», в частности, Биткойн», в соответствии с которой криптовалюта была приравнена к денежным суррогатам, а использование криптовалют при совершении сделок стало основанием для рассмотрения вопроса об отнесении таких сделок (операций) к числу направленных на финансирование терроризма [5].

В конце 2016 года Федеральной налоговой службой было подготовлено письмо «О контроле за обращением криптовалют, в том числе биткойнов, на территории Российской Федерации», в котором поддерживалась позиция признания криптовалют денежным суррогатом, а использование криптовалют при совершении сделок оценивалась как «основание для рассмотрения вопроса об отнесении таких сделок (операций) к сделкам (операциям), направленным на

легализацию (отмывание) доходов, полученных преступным путем, и финансирование терроризма» [6].

В июле 2017 года распоряжением Правительства была утверждена программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Ключевой пункт программы – развитие «сквозных технологий», среди которых упоминается блокчейн [7].

15 декабря 2017 года был издан Приказ Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии № 2831 «О создании технического комитета по стандартизации «Программно-аппаратные средства технологий распределенного реестра и блокчейн» [7].

25 января 2018 года Минфин РФ на официальном сайте представил законопроект «О цифровых финансовых активах», в котором легитимное определение получают такие термины, как: валидатор, криптовалюта, токен, майнинг, смарт-контракт и другие понятия. Криптовалюта и токен не признаются законным средством платежа, но получают законодательное закрепление в качестве имущества, а именно цифровых финансовых активов, свидетельством права собственности на которые является регистрация в реестре цифровых транзакций. В соответствии с законопроектом владельцы цифровых финансовых активов будут вправе совершать сделки по обмену цифровых финансовых активов одного вида на цифровые финансовые активы другого вида, рубли, иностранную валюту, имущество – только через оператора обмена указанных активов.

20 марта 2018 года депутатами Государственной Думы А. Г. Аксаковым, И. Б. Дивинским, О. А. Николаевым, членом Совета Федерации Н. А. Журавлевым был внесен законопроект № 419059-7 «О цифровых финансовых активах».

26 марта 2018 года депутатами Государственной Думы ФС РФ членам Совета Федерации Федерального Собрания РФ на обсуждение был представлен проект Федерального закона № 424632-7 «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации (о цифровых правах)», в котором цифровое право понимается как право на объекты гражданских прав, удостоверенное совокупностью электронных данных.

Федеральный закон от 31 июля 2020 г. N 259-ФЗ "О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации".

Таким образом, в настоящее время правовое регулирование криптовалют в РФ находится на начальном уровне и регулирует лишь некоторые аспекты в сфере криптовалют и блокчейна. Этих действий недостаточно, так как люди, заинтересованные в легализации денежных средств без труда, найдут пробелы в законодательстве и смогут осуществлять незаконную деятельность без страха предстать перед законом.

Подводя итог, следует подчеркнуть, что современные технологии облегчают использование криптовалют для отмывания денег. Этот процесс стал более сложным и технически продвинутым:

- во-первых, невозможно установить связь между реальным лицом и счетом виртуальной валюты, поскольку криптовалютные кошельки и криптовалютные обменники не требуют верификации личности клиента;

- во-вторых, при операции с криптовалютами не ведется никакая документация. Принимая во внимание, что обмен виртуальных валют не имеет строгого регулирования, так как те, которые работают с фиатными валютами и по закону должны хранить определенную документацию о клиентах;

- в-третьих, у любого человека есть возможность создать неограниченное число криптокошельков и криптосчетов, что объективно делает невозможным контроль всех транзакций;

- в-четвертых, при работе с криптовалютами используются инструменты, блокирующие возможность отследить конкретную активность (анонимайзеры и т. д.).

В Российской Федерации предпринимаются действия по борьбе с использованием криптовалют в преступных целях, в том числе и с легализацией денежных средств. Однако эти действия носят непоследовательный характер, а принятые законы являются недоработанными и имеют множество лазеек для преступников. На мой взгляд необходимо следующее.

Ввести правовые нормы, регулирующие деятельность криптовалютных обменников, включая идентификацию личности держателя кошелька или счета; обязать криптовалютные биржи вести протоколы и документацию о всех операциях с криптовалютой и обязать их хранить эту документацию в течение 5 и более лет, для дальнейшей реконструкции всех операций в случае возникновения вопросов со стороны контролирующих или правоохранительных органов; также следует создать орган, который контролировал бы деятельность криптобирж. Эти действия необходимы для вытеснения недобросовестных игроков с поля деятельности в сфере криптовалют.

Следует проработать вопрос уголовной, гражданской и административной ответственности за нарушение установленных требований.

Создать межправительственную группу для работы с зарубежными законодательными органами для тесного сотрудничества и получения рекомендаций по борьбе с незаконной деятельности с криптовалютами. Также необходимо наладить связь между правоохранительными органами зарубежных стран, в которых успешно ведется борьба с незаконной деятельностью с использованием криптовалют.

Список использованных источников:

1. "Уголовный кодекс Российской Федерации" от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 27.10.2020). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/4dfcfc8807c829f92212ce92efe818c4a707a3ca/ (дата обращения: 01.10.2020).

2. Что такое токены в криптовалюте. URL: <https://practicalbinary.ru/chto-takoe-token-v-kriptovalyute/> (дата обращения: 15.10.2020).

3. Руководство по применению риск-ориентированного подхода ФАТФ. Виртуальные валюты. URL: https://eurasiangroup.org/files/FATF_docs/ROP_Virtualnye_valyuty.pdf (дата обращения: 17.10.2020).

4. Приговор Свердловского районного суда г. Костромы от 16.07.2018. URL: https://sverdlovsky--kst.sudrf.ru/modules.php?name=sud_delo&name_op=case&case_id=84699152&result=1&new=&delo_id=1540006&srv_num=1 (дата обращения: 18.10.2020).

5. Информация Банка России от 27.01.2014 «Об использовании при совершении сделок «виртуальных валют», в частности, Биткойн». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 18.10.2020).

6. О контроле за обращением криптовалют (виртуальных валют). (Письмо ФНС России от 03.10.2016 № ОА-18-17/1027). URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 18.10.2020).

7. Подробнее на РБК. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfree-news/59cd3e7d9a79479a85ebe93c>. (дата обращения: 18.10.2020).

СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ И ПРОГРАММЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ В КЕМЕРОВСКОЙ И ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Труш А. С., магистрант

Научный руководитель – Матвеева Е. В., д. полит. н, профессор
Кемеровский государственный университет
sash.trush2015@yandex.ru

Российская Федерация в данный момент испытывает переходный период, который характеризуется экономическим упадком, безработицей, повышением цен на продукты питания и лекарства. Безусловно, населению, а особенно его самым незащищенным слоям, нужна поддержка. Помощь со стороны государства должна оказываться единым путем комплексного содействия человеку в решении его актуальных проблем, важных вопросов и предотвращения возникновения новых.

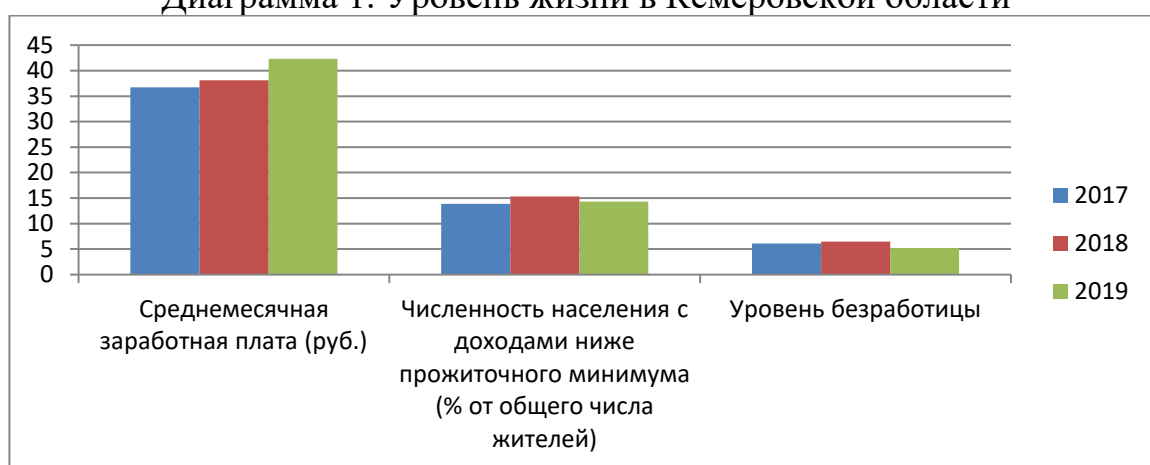
Социальному развитию регионов и реализуемым программам социальной защиты населения всегда отводится огромная роль. Для того, чтобы совершенствоваться и процветать, государство обязано воплощать в себе возможность и справедливость оказания поддержки населению. От положения социальной сферы, эффективности проводимой государством политики в области социальной поддержки граждан зависит стабильность общества и его устойчивое формирование. Актуальность выбранной темы обусловлена возросшей дифференциацией регионов в области социального развития, невысоким уровнем, а также качеством предоставляемых услуг населению, недостаточным развитием экономической и социальной инфраструктуры. На протяжении последних десятилетий вопрос о социальном развитии и социальной защите населения в экономике любого региона остаётся важным вопросом.

Изучение данных проблем и пути их решения постоянно находятся в центре внимания муниципальных органов власти регионов [1].

В рамках данной статьи автор уделит внимание социальным программам, применяемым в региональной практике на примере регионов Сибирского федерального округа – Кемеровской и Томской области.

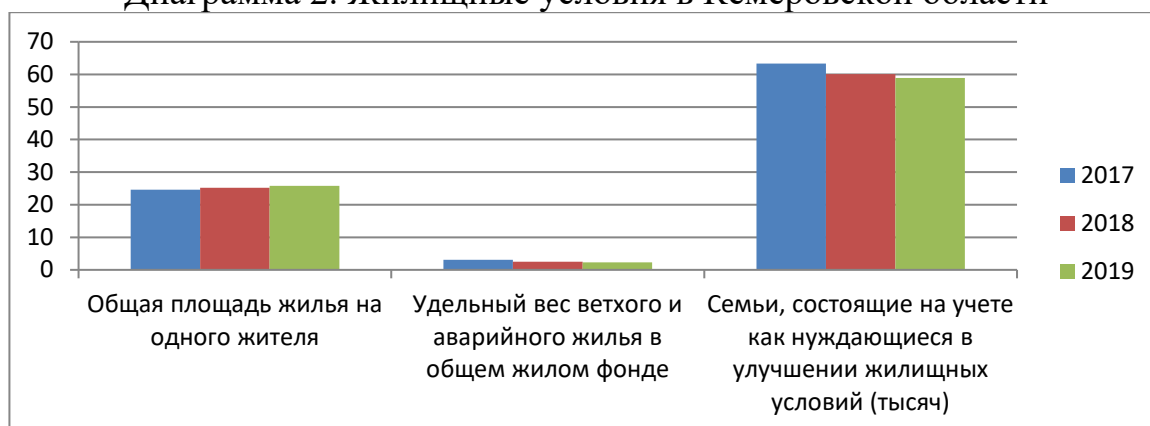
Сейчас практически каждый житель Кемеровской области является получателем разных мер социальной поддержки: выдача пенсии (положена 45 категориям граждан и ее получателями являются примерно 100 тыс. человек), предоставление бесплатного угля многодетным семьям, ветеранам и пенсионерам, льготный проезд на общественном транспорте. Приведем статистические данные с официального сайта Федеральной службы государственной статистики (диагр. 1).

Диаграмма 1. Уровень жизни в Кемеровской области



Многодетные и молодые семьи, а также 20 разных категорий имеют право на приобретение льготного жилья, причем в Кузбассе действует самые выгодные условия – ипотека на 20 лет без первоначального взноса и под 0 % годовых, чего нет в других регионах. Только лишь в 2016 году 21,5 тыс. кузбасских семей справили новоселье, более 2,6 тысяч семей были переселены из ветхого и аварийного жилья (диагр. 2).

Диаграмма 2. Жилищные условия в Кемеровской области



В рамках государственной программы «Доступная среда» на 2011-2020 гг.» проводится создание условий для людей с ограниченными возможностями здоровья, реализуются меры по обеспечению занятости данной социально уязвимой категории населения. Необходимо отметить, что с 2010 г. в регионе была введена мера, когда работодателям, которые формируют рабочие места для инвалидов, выплачивается компенсация 95,7 тыс. рублей за каждое место. Существует комплексная система мер поддержки для детей-сирот, в первую очередь, в части предоставления их жильем. Созданы вспомогательные социальные гарантии для семей, усыновивших детей: льготный проезд на транспорте, выплаты на получение жилья, льготы на коммунальные услуги и многое другое. Многодетным семьям домашний скот предоставляется бесплатно.

Другая приоритетная цель социальной политики региона – поддержка детей и студенческой молодежи. Для талантливых представителей этих категорий (отличников, активистов, юных деятелей науки и культуры, спортсменов) действует такие меры поддержки, как бесплатный отдых в России и за границей, им выплачиваются специальные стипендии, премии за успехи и так далее.

Одним из трех главных основ бюджетной политики региона является «оказание мер социальной поддержки исходя из принципа адресности и нуждаемости». 97 % затрат областного бюджета сформированы в рамках 21 государственной программы. Наибольшие объемы финансирования как раз предусмотрены на социальную сферу.

Так, на первом месте находится программа «Развитие образования Кузбасса» (27,6 млрд рублей), которая учитывает в частности социальную поддержку устройства детей, лишенных родительского попечения, в семью в размере 1,4 млрд рублей, содержание детдомов и школ-интернатов – 1,3 млрд рублей, обеспечением жилья для детей-сирот – 300 млн рублей [2].

Вторая по размерам финансирования госпрограмма – «Развитие здравоохранения Кузбасса» (20,5 млрд рублей), в которой значительную часть расходов в размере 13,3 млрд рублей запланировано отправить на страхование неработающего населения. Закрывает тройку лидеров государственная программа «Социальная поддержка населения Кузбасса» (18 млрд рублей), в рамках которой оставлены все основные льготы и меры поддержки, предоставление которых будет реализоваться с учетом принципа адресности и нуждаемости.

Основной целью социальной политики Томской области является выявление уровня благосостояния населения и стандартов качества жизни. Основным документом в области социальной политики является «Программа социально-экономического развития Томской области» как один из основных компонентов создаваемой системы регионального планирования. Задача этой программы определена как исполнение принятых обязательств по социальной поддержке отдельных категорий граждан за счет средств областного бюджета.

Общее количество получателей социальных выплат в 2016 году составило 391445 человек, а с учетом детей, на которых назначены выплаты, – 416317 человек, в том числе постоянные выплаты получили 410679 человек, единовременные – 40436 человек. По сравнению с 2015 годом количество получателей мер социальной поддержки (с учетом детей, на которых назначена выплата) увеличилась на 9410 человек или на 2,3 %.

В 2017 году своевременно и в полном объеме были сделаны все без исключения программы по предоставлению гражданам мер социальной поддержки, финансируемых за счет средств областного бюджета. Общий объем расходов на эти цели в 2017 году составил 5,2 млрд рублей.

В 2018 году в рамках достижения назначенной цели деятельности по реализации программ по социальной поддержке граждан пожилого возраста, семей с несовершеннолетними детьми, граждан, находящихся в трудной жизненной ситуации, ветеранов труда, лиц, проработавших в тылу в период Великой Отечественной войны 1941 - 1945 годов, малоимущих граждан и др. категорий населения работа была продолжена.

На 1 января 2017 года инфраструктура органов социального обслуживания пожилых граждан и инвалидов включает 33 областных государственных учреждения, из них: 12 стационарных учреждений социального обслуживания для граждан пожилого возраста и инвалидов, в том числе 10 домов-интернатов общего типа, 2 дома-интерната психоневрологического типа, 2 комплексных центра социального обслуживания населения, 1 центр социальной адаптации для лиц без определенного места жительства и занятий, 18 центров социальной поддержки населения.

В течение 2017-2019 годов социальные услуги получили 8931 получатель социальных услуг, в том числе в форме социального обслуживания на дому – 4701 получатель (52,6 %), в форме полустационарного социального обслуживания – 2060 получателей (23,1 %), в форме стационарного социального обслуживания – 2170 получателей (24,3 %).

В связи с тем, что законом Томской области от 8 октября 2014 года N 127-ОЗ «Об организации социального обслуживания граждан в Томской области» установлена предельная величина среднедушевого дохода для предоставления социальных услуг бесплатно в объёме полуторной величины прожиточного минимума, установленного Губернатором Томской области на душу населения, в 2017 году по сравнению с 2014 годом значительно возросло количество получателей социальных услуг на дому, которым услуги предоставлены бесплатно: с 7,4 % в 2014 году до 49,8 % в 2017 году.

На протяжении 2017 года ежемесячно получателям социальных услуг предоставлялось более 1,8 млн. социальных услуг.

В Томской области улучшаются условия предоставления социальных услуг, расширяется диапазон дополнительных социальных услуг, вводятся в работу с населением современные стационарозамещающие технологии. К применяемым стационарозамещающим технологиям относятся: «детский сад» для пожилых людей и инвалидов, «приемная семья» для пожилых граждан,

«услуги сиделки», «мобильные социальные службы», «семейные бригады социальных работников», «школа ухода за гражданами пожилого возраста», волонтерское движение «Рука помощи» и т. д.

Первостепенным направлением деятельности по совершенствованию социального обслуживания населения остается создание безопасных и качественных условий для постоянного проживания в стационарных организациях граждан пожилого возраста и инвалидов. Осуществляются программы по усилению комплексной безопасности.

Второй не менее важной задачей является обеспечение гражданам мер социальной поддержки.

В Томской области реализуется наиболее 70 различных мер социальной поддержки отдельным категориям граждан. Единая численность получателей социальных выплат в 2017 году составила 391445 человек, а с учетом детей, на которых назначены выплаты, – 416317 человек, в том числе регулярные выплаты получили 410679 человек, единовременные – 40436 человек. По сравнению с 2016 годом количество получателей мер социальной поддержки (с учетом детей, на которых определена выплата) возросла на 9410 человек, или на 2,3 %. При этом многие жители Томской области получают две и более социальных выплат, установленных федеральным или региональным законодательством.

К числу востребованных видов выплат относятся:

- ежемесячные денежные выплаты на оплату жилья и коммунальных услуг;
- ежемесячная денежная выплата на оплату проезда в общественном транспорте;
- пособие малоимущим семьям с детьми;
- компенсация части родительской платы за посещение дошкольного образовательного учреждения и др.

Одним из направлений по увеличению эффективности социальной поддержки является работа по повышению доли социальных выплат, предоставляемых с учетом критериев адресности и нуждаемости. Так, в 2010 году доля целенаправленных мер социальной поддержки составляла 22% от общего количества, в 2017 – 28,6 %, в 2018 – 30 %, в 2019 – 34 %.

Социальная поддержка семьи, а также детей представляет собой независимое направление государственной семейной политики, реализуемой с помощью комплекса специальных, правовых, экономических, организационных и иных мер.

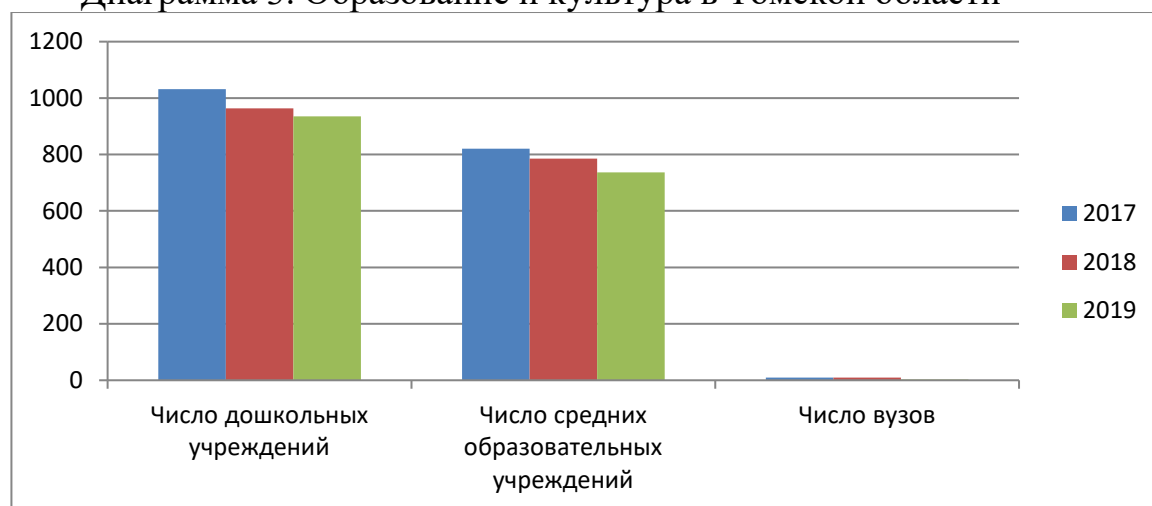
В 2018 году затраты на меры социальной поддержки, нацеленные на увеличение рождаемости, выплата на 3-го ребенка и материнский капитал, составили 826 млн. рублей (43% из средств областного бюджета, выделенных на социальную поддержку семьям с детьми).

Также как и в Кемеровской области действует региональная программа «Доступная среда», являющаяся с 2014 года частью государственной про-

граммы «Социальная поддержка населения Томской области». Единая выплата из бюджетов всех уровней (с учетом планов на 2019 год) составляет более 370 млн. рублей, из которых 63,4 % (более 230 млн. рублей) – средства областного бюджета. Основной целью программы «Доступная среда» является формирование условий, способствующих интеграции инвалидов в общество, а также улучшению качества их жизни. За 5 лет в рамках программы «Доступная среда» адаптировано с учетом потребностей инвалидов 115 социальных объектов (больницы, поликлиники, учреждения культуры, центры занятости, социальной поддержки населения и т. д.). Сформированы условия для инклюзивного образования детей-инвалидов на 82 объектах образовательных организаций Томской области (74 школы, 6 детских садов и 2 организации дополнительного образования детей), из которых 59 объектов адаптированы в рамках программы «Доступная среда» [3].

Также, общее образование в Томской области насчитывает 440 школ (75 % расположены в сельской местности), 7 лицеев, 11 гимназий. Начальное профессиональное образование: 38 учебных заведений, 178 специальностей, 15 тыс. учащихся. Среднее профессиональное образование: 17 государственных учебных заведений, 6 их филиалов и 4 негосударственных учреждения. Высшее образование насчитывает 6 университетов, 2 института, 15 филиалов иностранных вузов, около 200 специальностей, более 80 тыс. студентов и 5 тыс. преподавателей.

Диаграмма 3. Образование и культура в Томской области



В настоящий период государственная поддержка молодых семей в целях улучшения жилищных условий осуществляется в рамках государственной программы Российской Федерации «Обеспечение доступности жилья и улучшение качества жилищных условий населения Томской области» и соответствующих муниципальных программ. По состоянию на 2019 год расходные обязательства по предоставлению социальных выплат молодым семьям на приобретение (строительство) жилья в рамках мероприятий по обеспечению жильем молодых семей государственной программы «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан в областном

бюджете на реализацию проекта «Обеспечение жильем молодых семей в Томской области», предусмотрено 17 000 000 рублей [4].

Таким образом, социальная политика на региональном уровне требует к себе постоянного внимания ученых, законодателей, управленцев. Необходим постоянный мониторинг актуальных социальных проблем, изменений, происходящих в социальной сфере и качестве жизни населения, результативности реализуемых программ и отдельных мероприятий. Анализ данных способствует выработке взвешенных решений по совершенствованию социальной политики и в конечном итоге улучшению условий жизни людей.

Список использованных источников:

1. Тулеев А. М., Исламов Д. В. По пути созидания. – Кемерово: Сибирская издательская группа, 2015. 255 с.

2. Бакалдина Е. С. Государственная социальная политика Российской Федерации: выбор приоритетов // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2014. – №4(60). Т. 1. – С. 104-107.

3. Голосов Г. В. Сравнительная политология. Учебник. – М: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2019. 462 с.

4. Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты. URL: <http://www.rosmintrud.ru/ministry/programms/3/2> (дата обращения: 15.10.2020).

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ
ПО ПРОФИЛАКТИКЕ ТЕРРОРИЗМА И ЭКСТРЕМИЗМА**

**МЕТОДЫ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ ПО ПРОФИЛАКТИКЕ
ТЕРРОРИЗМА И ЭКСТРЕМИЗМА В КАНАДЕ, МАЛАЙЗИИ
И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Бизина М. Ю., аспирант

Научный руководитель – Щербинин А. И., д. полит. н., профессор
Томский государственный университет

rita_biz@mail.ru

Современная молодежь растет в окружении информационных технологий, проживая большую часть своей жизни на экране смартфона. Молодые люди предпочитают «плыть по течению» информационного потока, не задумываясь о достоверности данных, а также об источниках, заполняющих их информационную ленту. В отсутствие серьезных жизненных целей и крепких общественных и семейных связей такая молодежь часто становится легкой добычей для харизматических лидеров, пропагандирующих радикальные идеи. Социально изолированные, разочарованные молодые люди выбирают экстремизм, находясь в процессе обретения личности и смысла жизни в современном обществе. Они участвуют в гражданских и нетрадиционных видах активности – марши, протесты, онлайн сбор пожертвований, петиции, радикализация, терроризм, в частности, выезд на территорию вооруженных конфликтов, так как считают, что традиционный политический процесс не влияет на сложившуюся ситуацию. В таком случае государству и обществу крайне важно найти правильный подход к молодежи, дабы предотвратить процесс радикализации онлайн, и подобные шаги уже предпринимаются в Российской Федерации и странах дальнего зарубежья.

Например, в Канаде, при содействии «Канадского центра вовлечения общества и предотвращения насилия» в разных городах страны были созданы программы интервенции для противоборства радикализации [1].

В канадском городе Калгари, в провинции Альберта, усилиями районных сообществ, полиции, и вышеназванного центра была разработана программа «Перенаправление» (англ. Re-direct), которая имеет свой вебсайт, где подробно рассказывается о радикализации, насильственном экстремизме, признаках вступления молодежи на путь, ведущий к терроризму. Важным фактором воздействия этой программы на калгарийское общество является вовлечение в программу общественности через обучение и просвещение. При содействии окружающих молодежь людей становится возможным своевременное вмешательство и предотвращение радикализации [2]. Программа нацелена,

прежде всего, на образование, поддержку молодых людей, находящихся в тяжелых жизненных условиях, и искоренение основных причин, по которым молодежь обращается к экстремизму и насилию.

Похожее отношение к проблеме радикализации молодежи можно увидеть и в политике Малайзии, где страна «действительно не просто борется с терроризмом, а направляет усилия на устранение глубинных причин его появления, таких как религиозное противостояние, нищета, безработица» [3, С. 159]. Кроме того, концепция «цивилизованного ислама» в Малайзии создала видение ислама как «генератора цивилизации и культуры, что помогает противостоять экстремистским тенденциям» [3, С. 158]. В 2014 году две общественных организации «Движение исламской молодежи» и «Глобальное движение умеренных» создали оперативную группу по противостоянию идеологии террористической организации Исламское государство (ИГ) в Малайзии [4, С. 8]. В рамках своей деятельности эта группа выпускала плакаты и короткие видео, с целью осведомления общественности с нарративом экстремистов, и предотвращения примыкания молодежи к террористическим организациям. Кроме этого, правительство Малайзии в 2016 году создало два центра, целью которых является распространение контрнарратива идеологии ИГ в сети «Интернет»: Региональный цифровой коммуникационный центр контрсообщений при финансировании США и Центр контрсообщений под эгидой Министерства внутренних дел [4, С. 9]. Эти центры имеют двухсторонний подход к борьбе с радикализацией: они проводят мониторинг социальных сетей на наличие экстремистских учетных записей, а также иллюстрируют образовательными материалами расхождение принципов ИГ с принципами ислама.

Похожая работа проводится и в Российской Федерации, где в настоящий момент работает «Национальный центр информационного противодействия терроризму и экстремизму в образовательной среде и сети «Интернет», чья штаб-квартира находится в Ростове-на-Дону. Основной целью центра является «не только мониторинг, но и активное формирование общественного мнения с использованием тех же технологий, которыми пользуются на сегодняшний день экстремисты, с целью минимизации их поддержки населением» [5]. Сотрудники центра проводят социологические опросы, занимаются научно-исследовательской деятельностью, анализом и прогнозированием ситуации в России и за рубежом, а также участвуют в таких научных конференциях, как например «Трансформация молодежного экстремизма, идеологии терроризма и других информационных угроз в эпоху пандемии» [6].

Кроме того, национальный центр занимается мониторингом сети «Интернет» с 2013 года, выявляя запрещенные материалы (экстремизм, пропаганда наркотиков) и передавая их для дальнейшего расследования и блокировки в ростовские отделения УФСБ России, Роскомнадзора, МВД и в Прокуратуру области. Мониторинг осуществляется в поисковых системах, социальных сетях, на сайтах хранения видео и в файлообменных ресурсах [7]. В работе центра прослеживается слаженная система взаимодействия образовательного

и правового аспектов борьбы с экстремизмом и радикализацией в сети «Интернет».

Вышеизложенный опыт трех государств по работе с молодежью в рамках борьбы с радикализацией и экстремизмом в сети «Интернет» иллюстрирует необходимость использования комплексного подхода. Краеугольным камнем процесса, прежде всего, является создание контрэкстремистского материала в сети «Интернет», легко доступного молодым людям, как альтернатива, при поиске экстремистской информации. Методическое пособие, изданное Южным федеральным университетом, также указывает на необходимость создания «сайтов для обсуждений проблем, связанных с радикализмом, экстремизмом и терроризмом», при условии, что «контртеррористическая пропаганда на этих сайтах, психологически выверенная, опирающаяся на правдивые материалы и факты и предлагающая альтернативные способы поведения» [8, С. 11].

Проблема заключается в правильном подходе к тому, как вовлечь молодежь в мыслительный процесс, при котором необходимо читать, осознавать необходимость установления подлинности фактов, сопоставлять разные точки зрения, для видения картины мира в целом. Как заинтересовать и научить молодежь быть активными в политической жизни своей страны, без использования насильственного идеологического экстремизма.

Образование и просвещение общественности об экстремизме и радикализации онлайн; и плодотворное сотрудничество с органами правопорядка и социальными службами могло бы всесторонне дополнить процесс работы с молодежью. Не всегда единичные инициативы увенчиваются успехом. Например, «Глобальное движение умеренных» в Малайзии распалось в 2018 году, признавая свое поражение в борьбе с экстремизмом и нетерпимостью [9]. Опыт таких региональных организаций, как «Сеть осведомленности о радикализации в Европе» мог бы помочь в работе с молодежью по пресечению экстремизма и радикализации. Данная организация помогает информационному обмену между специалистами (социальными работниками, учителями, академиком, полицейскими) находящимися на «линии фронта» - работающими с людьми, находящимися в группе риска [10, С. 7].

Таким образом, во главу угла работы с молодежью по профилактике терроризма и экстремизма нужно поставить информационную грамотность, четкие и правдивые, легкодоступные контраргументы, а также создание и развитие региональных и национальных организаций, имеющих комплексный подход к решению этого актуального вопроса.

Список использованных источников:

1. Intervention Programs in Canada. URL: <https://www.publicsafety.gc.ca/cnt/bt/cc/ntrvntn-en.aspx> (дата обращения: 04.10.2020).
2. About Us ReDirect/ URL: <http://redirect.cpsevents.ca/about-us> (дата обращения: 04.10.2020).

3. Коробеев А. И., Дремлюга Р. И. Криминологическая характеристика терроризма в Малайзии // Криминологический журнал Байкальского государственного университета экономики и права. – 2014. – № 4. – С. 151-161.

4. Bin Jani M. H. Countering Violent Extremism in Malaysia: Past Experience and Future Prospects // Counter Terrorist Trends and Analyses. – 2017. – Вып. 9. № 6. – С. 6-10.

5. Национальный центр информационного противодействия терроризму и экстремизму в образовательной среде и сети Интернет. URL: <https://ncpti.su> (дата обращения: 04.10.2020).

6. Эксперты из 15 регионов России поделились опытом профилактики информационных угроз в эпоху пандемии. Служба новостей Томского политехнического университета. URL: <https://news.tpu.ru/news/2020/06/02/36289> (дата обращения: 04.10.2020).

7. Мониторинг сети Интернет. Национальный центр информационного противодействия терроризму и экстремизму в образовательной среде и сети Интернет. URL: <https://ncpti.su/report/monitoring-seti/monitoring-seti-internet.php> (дата обращения: 04.10.2020).

8. Профилактика экстремизма и террористического поведения молодежи в интернет-пространстве: традиционные и инновационные формы: методическое пособие. 2018. URL: https://www.minobrnauki.gov.ru/common/upload/library/antiterror/metodichka_soderzhshode_03.12.2018-1.pdf (дата обращения: 04.10.2020).

9. Boo S. L. Global Movement of Moderates shuts down. Malay Mail. URL: <https://www.malaymail.com/news/malaysia/2018/07/30/global-movement-of-moderates-shuts-down/1657414> (дата обращения: 04.10.2020).

10. Von Behr I., Reding A., Edwards C., Gribbon L. Radicalisation in the digital era: The use of the internet in 15 cases of terrorism and extremism. URL: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR400/RR453/RAND_RR453.pdf (дата обращения: 04.10.2020).

РАДИКАЛИЗМ И ЭКСТРЕМИЗМ – АКТУАЛЬНЫЕ УГРОЗЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Сагунов З. К., студент

Научный руководитель Чирун С. Н – д. полит. н, доцент

Кемеровский государственный университет

Vorodka.Lenina1917@yandex.ru

Понятие экстремизм имеет латинский корень (*extremus*), что означает чрезмерный, крайний. Согласно этому значению, экстремизм определяют как приверженность к чрезмерно радикальным взглядам и мировоззрению, которые проявляются в крайних действиях и методах. Радикализм и экстремизм характерны как для отдельных личностей, так и для политических партий, организаций, разного рода деструктивных сообществ.

Эти деструктивные явления (радикализм и экстремизм) рождаются не на пустом месте. Есть целый ряд факторов общественной жизни, которые обуславливают радикализацию политических настроений молодёжи. К ним относятся такие, как:

- экономический кризис и, как следствие, резкое ухудшение жизни значительной части молодёжи;
- неприятие властями оппозиционных выступлений, жестокое их подавление и преследование лидеров оппозиции;
- неэффективная деятельность институтов социализации [1, С. 101];
- национализм, шовинизм, тоталитаризм [2, С. 105];
- преследования сторонников иных идеологий и конфессий;
- отсутствие толерантности к различным меньшинствам.

Как отмечают многие российские и иностранные авторы, в современном мире экстремизму подвержены в основном молодые люди [3, С. 105-117]. Они ставят перед собой цель: выступить против социальных структур, которые в своей политике используют методы насилия. На силовые выпады они отвечают тоже силой. Все массовые акции, демонстрации, митинги, забастовки организуются радикальными деятелями. Крайним проявлением экстремизма становятся террористические акты, заканчивающиеся смертью как отдельных конкретных личностей, так и большого количества людей.

В достижении своих целей радикалы всегда идут до конца. Экстремисты не склонны принимать компромиссные решения, крайне неохотно идут на переговоры, редко соглашаются даже на самые незначительные уступки.

С представителями радикализма очень сложно иметь дело. Свою идеологию они считают единственно правильной, поэтому стремятся отстоять свое мировоззрение, систему политических и религиозных принципов, несмотря на жертвы и потери. Лидеры этого направления предъявляют к своим сторонникам требования безоговорочного выполнения любых указаний и рекомендаций.

Почему экстремисты собирают под свои знамена многих сторонников? Лидеры радикалов апеллируют к человеческим эмоциям, а не к разуму. Под их влиянием формируется личность, плохо контролирующая свои действия, готовая выполнить любой приказ несмотря на то, что он может быть связан с самопожертвованием. Эти люди словно зомбированы «высшей целью», которой нужно достичь во что бы то ни стало. Там, где есть экстремизм, всегда присутствует культ личности, культ вождя, который отождествляется чуть ли не с Богом. Его распоряжения, идеи, мысли обсуждению не подлежат, подчиненным нужно их принимать на веру, ни в чем не сомневаясь, и беспрекословно их исполнять.

Политический радикализм традиционно подразделяется на «левый» и «правый». Представители левого радикализма свою идеологию строят на марксистско-ленинском учении и других идеологиях левого характера (анархизме, левом радикализме). Они считают себя защитниками интересов трудящихся масс, людей бедных, обездоленных, заслуживающих лучшей доли. Они

выступают против капиталистической эксплуатации труда, резко критикуют социальное расслоение, подавление свободы личности. Но и в социализме для них нет идеала. Левые экстремисты зачастую клеймят тоталитаризм, ренегатство, беспринципность системных левых, «предавших интересы пролетариата».

Между тем, в условиях пандемии и связанных с ней негативных последствий, исследователи пишут о наличии корреляции между сетевой коммуникативной активностью и децентрализацией информативных потоков, увеличивающих тренд на расширение радикальных форм политического участия. В этих условиях, исследователями отмечается критический настрой молодёжи по поводу социально-экономического и политического развития страны [4, С. 24-25].

В отличие от левых, радикалы правого направления критикуют капиталистический мир за порождаемые им социальные пороки: наркоманию, утрату моральных норм, торжество массовой культуры, эгоистические настроения, потребительство, анархизм и прочие.

Мировоззрение фашистов в двадцатые годы XX столетия в Италии тоже складывалось под воздействием правых идей. Правые экстремисты зачастую прибегают к идеологии фашизма, зародившейся в Италии в 20-е годы прошлого века. Терроризм – это политика террора, то есть насилия. Терроризм идет рука об руку с экстремизмом, часто является его порождением. Психологическое и физическое насилие – элементы любого террористического акта против политических оппонентов или мирного населения.

Например, 18-летний террорист Абдулах Анзоров, 16 октября 2020 г. убивший и публично обезглавивший французского педагога Самюэля Пати в пригороде Парижа Конфлан-Сент-Онорин, разместил в социальных сетях обращение на русском языке, в котором заявил, что, якобы, таким образом он «отомстил за пророка». Большинство мировых лидеров высказали своё безусловное соболезнование гражданам Франции, а министр образования Франции даже сравнил этот теракт с «нападением на французскую нацию в целом» [5].

Терроризм всегда воздействует устрашающе, помимо физических жертв он наносит много ран моральных. Люди напуганы, они с ужасом ждут, кто станет следующей жертвой. Террор редко бывает тайным, чаще всего он носит публичный характер с тем, чтобы запугать как можно больше людей.

Захваты самолетов, удержание заложников, угроза жизни множества людей – все эти проявления терроризма преследуют множество целей: самое простое требование – значительная сумма денег и предоставление самолета для вылета за рубеж; в отдельных случаях выдвигаются условия освобождения государственных преступников, являющихся единомышленниками террористов; высшая цель некоторых террористов идет совсем уж далеко – вплоть до смены главы государства, отмены результатов выборов или смены государственного строя как такового.

Зачастую, обыватели не видят отличий экстремизма от терроризма, но эти понятия, хотя и связаны, все же имеют разное содержание. Экстремизм в большей степени связан с идеологией, а терроризм – это средство достижения политических целей экстремистов. Нельзя закрывать глаза на явления терроризма и экстремизма как на редкие и несущественные. И экстремизм, и терроризм наносят существенный вред жизни общества, эти явления должны быть глубоко изучены и обобщены.

И терроризму, и политическому экстремизму в молодёжной среде должны противостоять правовые, административные, гражданские институты. Важным направлением предотвращения крайних проявлений радикализма – таких как экстремизм и терроризм, следует считать воспитательную и патриотическую работу с молодежью, так как именно она более всего подвержена влиянию этих негативных факторов.

Легче предотвратить террористические и экстремистские выходки, чем потом ликвидировать их последствия, особенно в текущий момент, когда динамика социальных и политических предпочтений молодежи обусловлена не только социально-экономическими изменениями в обществе, но также растущим влиянием электронных коммуникаций [6, С. 157].

Интернет-пространство стало значимым атрибутом жизни современного общества. Сегодня трудно найти молодого человека, владеющего смартфоном, ноутбуком или компьютером, который не имел бы своей страницы в социальной сети, не пользовался бы поисковыми системами интернета. Это хорошо знают и этим активно пользуются пропагандисты экстремизма. Они используют выгодные стороны функционирования интернет-технологий: простой доступ к массовой аудитории; сохранение анонимности в общении; всеобщую распространенность; мгновенное размещение информации; пробелы правовой базы регулирования интернета [7, С. 37].

В интернете существует множество экстремистских сайтов, на которых ведется борьба за каждого потенциального сторонника радикальной идеологии. Для этого используются такие психологические приемы воздействия, как намеренная дезинформация, вселение чувства страха, искажение фактов; манипуляция сознанием молодёжи.

На этих сайтах экстремистские организации стремятся привлечь как можно больше новых сторонников, как из молодых людей, исповедующих ислам и готовых пожертвовать собой, осуществив террористический акт, так и из числа тех, кто придерживается других религиозных взглядов. Радикально настроенную молодежь привлекают сначала для формирования экстремальных взглядов, а затем вовлекают в антиобщественную деятельность.

В интернет-сообществах формируется психологическая поддержка тех, кто участвует в террористических актах. Эта среда, лояльно настроенная по отношению к террористам, активно содействует его процветанию.

Сегодня в сетевом пространстве представлено огромное количество различных молодёжных групп, являющихся сторонниками радикальных, экстремистских и даже террористических способов политического поведения.

Террористические организации используют широкий спектр приемов воздействия на сознание молодых людей. Помимо экстремистских призывов в виде рассылок в социальных сетях, смс и ммс на мобильные телефоны, сообщений на электронную почту, в «Darknet» открыта возможность доступа к знакомству с запрещенной экстремистской литературой и ее свободному скачиванию на электронный носитель.

Существуют различные методы вербовки молодых людей в экстремистские и террористические организации. Сегодня одним из наиболее привлекательных для экстремистов источником вербовки стало обучение студентов в теологических вузах в арабских странах, где студенты оказываются под жестким религиозно – идеологическим прессингом. Мусульмане России принимают участие и одновременно находятся под воздействием процесса «глобализации ислама». В этом случае осознание своей принадлежности к мировой умме вступает в противоречие с охранением собственной этнокультурной (национальной) версии ислама. «Глобализированный ислам» сегодня ассоциируется с религиозным радикализмом в то время, как традиционный ислам является скорее деполитизированным, будучи погружен во внутррелигиозные заботы [8, С. 100-104].

С целью противодействия распространению терроризма и экстремизма все общественные силы, включая органы государственной власти, местного самоуправления должны активно вести активную работу по следующим направлениям:

- информационная работа (печать листовок, брошюр, выпуск газет, книг, создание социальной рекламы, публикации на антитеррористические темы, разработка видеоматериалов – роликов, фильмов о страшных последствиях экстремизма);

- пропагандистская деятельность (оперативное информирование населения о некоторых результатах антитеррористических действий);

- разработка мер по превенции деструктивных моделей политической социализации молодежи и формированию позитивной установки на конвенциональный диалог пассионарной молодёжи с государственной властью [9, С. 51];

- контрпропаганда (разоблачение дезинформации со стороны террористических организаций, интервью с бывшими руководителями экстремистских групп);

- идеологическая деятельность (утверждение толерантности по отношению к представителям нацменьшинств и различных религиозных убеждений, патриотическое воспитание, утверждение приоритета здорового образа жизни, популяризация общечеловеческих моральных принципов);

- организационная работа (проведение массовых мероприятий, конкурсов, съездов, конференций, связь с НКО);

- образовательная линия (подготовка и переподготовка кадров для информационной борьбы с экстремизмом).

Действия по всем направлениям нужно вести активно, помня, что только так можно противостоять радикализму, экстремизму, терроризму и защитить целостность и государственный суверенитет Россию.

Список использованных источников:

1. Селезнева А. В., Азарнова А. А. «Рождение гражданина»: политико-психологический анализ гражданственности российских старшеклассников // Полис. Политические исследования. – 2020. – № 5. – С. 101-113.
2. Оганисьян Ю. С. Феномен тоталитаризма: выход в XXI век // Полис. Политические исследования. – 2020. – № 2. – С. 167-177.
3. Чирун С. Н. Молодёжный политический экстремизм: причины и формы // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. – 2016. – № 2. – С. 105-117.
4. Зеленко Б. И., Шиманская Э. С. О специфике политического в российском цифровом пространстве // Власть. – 2020. – Т. 28. № 3. – С. 24-30.
5. Police detain nine people over beheading of French teacher in Paris suburb (англ.). France 24 (17 October 2020). URL: <https://www.france24.com/en/france/20201017-nine-people-detained-over-beheading-of-french-teacher-in-paris-suburb> (дата обращения: 25.10.2020).
6. Пырма Р. В. Теоретические аспекты исследования политических предпочтений российской молодежи // Власть. – 2020. – Т. 28. № 4. – С. 157-162.
7. Чалдаева Л. А., Килячков А. А., Якорев А. А. К вопросу о формировании государственных функций по обеспечению безопасности в виртуальном пространстве России // Власть. – 2020. – Т. 28. № 3. – С. 37-46.
8. Мухаметзянова-Дуггал Р. М. Религия и власть в России XX-XXI вв.: три модели государственно-конфессиональных отношений // Власть. – 2017. – Т. 25. № 6. – С. 100-104.
9. Домбровская А. Ю. Гражданский активизм молодежи в современной России: особенности проявления в онлайн- и офлайн-средах // Власть. – 2020. – Т. 28. № 2. – С. 51-58.

ТЕНДЕНЦИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИЗУЧЕНИИ ПРАВорадикальных идеологий для профилактики терроризма и экстремизма среди молодежи

Терлецкий В. А., магистрант

Научный руководитель – Щербинин А. И., д. полит. н., профессор

Томский государственный университет

kraylog@gmail.com

Последние события, происходящие в России и мире, показывают, что национальный вопрос остается актуальным. К общемировым событиям, актуализировавшим рассматриваемую проблему, относится приток беженцев в Европейский союз из стран Ближнего Востока. При этом меры, которые принимают правительства европейских стран с целью поддержки мигрантов, неоднозначно воспринимаются населением.

Самым уязвимым слоем общества к распространению экстремистских идеологий является молодежь. Проблема, которая рассматривается автором статьи, следует отнести к составляющей более общего явления – «экстремизм». Во-первых, необходимо выяснить, какие идеологии относятся к опасным для общества и молодёжи, а, во-вторых, обозначить пути их преодоления.

Актуальными становятся дискуссии о феноменах нацизма, национализма и фашизма, а также их роли в общественном сознании современной молодежи. Но, как показывает практика, в представлениях людей существует, как правило, ошибочное понимание указанных выше явлений, что влечет за собой и в корне неверные суждения о роли и значении каждого из них. Так, зачастую фашизм отождествляется с нацизмом, а национализм представляется чем-то неясным, но сугубо отрицательным. Важно определить каждое из данных понятий: «национализм», «фашизм» и «нацизм», а также указать на их сходства и различия во избежание ошибочных выводов о природе и значении этих явлений.

Стоит понимать, что существуют также крайне левые идеологии, которые не менее опасные для общества (анархия). Крайние правые идеологии это – нацизм и фашизм, которые часто путают между собой. Стоит сказать, что в основном их путают в СНГ. Жители остального мира четко отличают эти понятия друг от друга. Скорее всего, эта «путаница» возникла в годы Великой Отечественной войны, когда все страны, воюющие против СССР, были названы «фашистскими» для упрощения [1]. Однако фашисткой была только Италия, Германия была нацистской, а Япония – милитаристской.

Нацизм и фашизм имеют общие черты, такие как культ вождя, тоталитаризм, однако эти черты присущи многим другим странам, к примеру, СССР в 1930-е годы или Северной Корее сегодня.

Начать следует с такого феномена, как «фашизм». Фашизм появился в Италии в 20-е годы XX века, идеологом фашизма является Бенито Муссолини. В фашизме отсутствуют какие-либо расовые национальные теории, первичным принципом считается государство. Всё общество живет и функционирует

ради функционирования государства – некой «машины», которая признается абсолютным благом [2].

В тесной связи с фашизмом находится и национал-социализм. Нацизм появился в Германии в 20-е – 30-е годы XX века, идеологом нацизма является Адольф Гитлер. Определенная национальность в нацизме признается доминирующей над другими. Нацизм имеет в своей основе теорию о расовом превосходстве одних наций над другими, которая представлялась учеными Третьего Рейха как научная. Расовая теория являлась идеологической основой национал-социализма в Германии, в то время как фашизм существовал без привязки к определенной нации и не провозглашал расовое неравенство. Именно исходя из идеологических соображений, в Третьем Рейхе получили очень широкое распространение ксенофобия и антисемитизм [3].

Национализм – умеренная правая идеология и направление политики, базовым принципом которых является тезис о ценности нации как высшей формы общественного единства и ее первичности в государствообразующем процессе [4]. Национализм в том смысле, в каком это определение используют в социальных науках, не является синонимом расизма, фашизма, шовинизма или даже созвучного по произношению нацизма. И уж тем более не родственен им. Тем не менее, в современных дискуссиях постоянно происходит неверное понимание данного термина.

То есть национализм есть политическая идеология, провозглашающая поддержку и защиту национальных интересов, национальной культуры, народных традиций, институтов. Под народными традициями понимается не традиция «жарить барана» или «бегать в цветной рубашке», а исторически сложившаяся совокупность социального опыта. Национализм также подразумевает различие всех народов, то есть индивидуальность каждого из них. Различия народов в национализме трактуется с позиции их уникальности, различия в менталитете, культуре. Национализм частично используется в государственном управлении России, ведь наши национальные республики, такие как Бурятия, Татарстан и другие, образованы по национальному признаку, где проводится поддержка народной культуры на уровне властей. Национализм не является политическим режимом, но он может служить основой для создания режима.

К информационным технологиям работы с молодежью по профилактике терроризма и экстремизма можно отнести:

- разъяснение сущности неонацизма как праворадикальной и экстремистской идеологии и его общественной опасности;
- формирование стойкого неприятия обществом идеологии насилия с помощью непосредственной трансляции в СМИ;
- привлечение граждан к участию в противодействии неонацизму.

Благодаря масс-медиа в современной России не только возможна работа по устранению праворадикальных взглядов среди молодого поколения, но и весьма осуществима. В правовой сфере сложилась парадоксальная, на мой

взгляд, ситуация: с одной стороны, можно отметить, что основной блок федеральных законов, касающийся препятствий распространению экстремистской идеологии в России, сложился, что свидетельствует о стремлении и способности всех ветвей российской власти противостоять радикалам всех мастей, а с другой стороны, эти законы не определены единым правилом толкования соответствующей терминологии, и поэтому возникают большие трудности в правоприменении данного законодательного акта.

Таким образом, для того, чтобы улучшить работу по противодействию распространения неонацистской идеологии среди молодежи, необходимо включить механизм государственного противодействия, как путем введения системы мер, направленных на обеспечение национальной безопасности Российской Федерации, так и доступным толкованием терминологии. Под системой мер понимается целенаправленная деятельность государственных и общественных институтов, а также граждан по выявлению, предупреждению и противодействию угрозам безопасности личности, общества и государства как обязательное и неременное условие защиты национальных интересов России.

Список использованных источников:

1. Бессонов Б. Н. Фашизм: идеология, политика. – М.: Высшая школа, 1985. – 279 с.
2. Белоусов Л. С. Муссолини: диктатура и демагогия. – М., 2016. – 368 с.
3. Буханов В. А. Гитлеровский «новый» порядок в Европе и его крах. 1933-1945. – Свердловск, 1991. – 467 с.
4. Андерсон Б., Бауэр О., Хрох М. Нации и национализм / пер. с англ. и нем. Л. Е. Переяславцевой, М. С. Панина, М. Б. Гнедовского. – М.: Праксис, 2002. – 416 с.

РЕГИДНОСТЬ К НАУЧНОМУ ПОЗНАНИЮ И АКТУАЛИЗАЦИЯ МАГИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОСТИ

НАУКА И СОВРЕМЕННОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ МОЛОДЫХ РОССИЯН О НЕЙ: ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ

Алтухова Е. С., магистрант

Научный руководитель – Грицкевич Т. И., д. филос. н., профессор
Кемеровский государственный университет

al.katrin1999@gmail.com

В современном мире наука не стоит на месте. Разнообразные научные сообщества, школы и коллективы занимаются научной деятельностью, развивают знания о человеке, природе, технике и т. д. Сегодня анализ развития методологии науки позволяет понять её специфику, структуру и процессы институционализации науки, её связь с другими культурными феноменами, ретроспективу и перспективу динамики научного знания, особенности естественно-научного и социально-гуманитарного познания, историю развития [1, С. 11; 2, С. 385].

Наука проникает во все сферы жизнедеятельности человека. Каждый день средства массовой информации повествуют о новых экспериментах, открытиях. Развитие науки в двадцать первом веке отмечается интенсивностью, ведь поиск ответов на поставленные вопросы, интересующие исследователей, во многом задан активностью социального взаимодействия и его смыслообразующих оснований и ценностей [3, С. 62-64; 4, С. 410-412]. Но вряд ли возможно исчерпание всех вопросов, ведь ответив на один вопрос, появляются еще несколько.

Чтобы описать процесс развития науки Т. Кун вводит понятие научная парадигма. Научная парадигма представляет собой совокупность основных достижений в определенной области науки, которые задают общепринятые образцы, примеры научного знания, проблемы и методы их исследования и признаются в течение определенного времени научным сообществом как основа его дальнейшей деятельности. По мнению Т. Куна при смене парадигм количество новых проблем чаще всего превышает число разрешаемых. Именно открытие новых проблем является толчком для дальнейшего развития в пределах новой парадигмы. Новые парадигмы зачастую сохраняют большое количество наиболее важных достижений прошлого, находя новые решения старых проблем [5, С. 17].

Каждое десятилетие наука расширяется, информация удваивается. В настоящее время огромный поток людей заинтересован познавательной деятельностью.

Наука ставит целью выявление объективных закономерностей, получение и расширение существенных знаний о мире, которые становятся основой его улучшения. В современном обществе наука – это система объективных истинных знаний о существующих связях действительности, находящаяся в постоянном развитии. Знания приобретаются в результате своеобразной общественной деятельности и превращаются на практике в непосредственную ценность общества. Научное знание складывалось постепенно на протяжении долгого времени, оно включает в себя множество теорий, гипотез, утверждений и, в конечном счете, предстает перед нами как общее объединенное знание о мире.

Единство мира, его развитие и функционирование не может описать одна единственная наука или группа наук. Каждый временной отрезок, эпоха вырабатывают лишь обобщенную научную картину мира, делая упор на философско-мировоззренческие концепции, так как мир не стоит на месте, ежедневно в нем происходят изменения. В современной науке выделяют несколько характеризующих ее тенденций. Во-первых, разделение научного знания, вызванное стремлением к более точному тщательному описанию явлений. Во-вторых, объединение научного знания, вызванное поиском основополагающих закономерностей, стремлением к обобщенной картине мира. В соответствие с этим происходит изменение дисциплинарного строя науки, появляются и развиваются новые дисциплины. При тщательном исследовании и изучении отдельных сторон окружающего мира появляются узкопрофессиональные специализации в области научных исследований. Каждой конкретной дисциплине присуще узкоспециализированные направления со своей терминологией, понятийным аппаратом, методикой исследования [6, С. 8-9].

Объединение научного знания является естественным процессом, характерным для науки, так как наука стремится сформулировать фундаментальные законы, отображающие единство мира и целостность природы. Необходимость данного процесса обусловлена формированием научной картины мира. В настоящее время это является сложной проблемой, так как множество естественных дисциплин претендует на свое видение мира [6, С. 10].

Научное знание должно быть обосновано, то есть теоретические выводы подкрепляются эмпирически. Научное знание от других видов знания отличается концептуальностью. Суть ее состоит в том, чтобы в описании и объяснении явлений была последовательность и теоретическая ясность. При помощи научного знания можно прогнозировать события.

Проследим отношение россиян к научным знаниям, достижениям, прогрессу.

В ходе проведенного социологического исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения в 2013 году было выявлено, что в период с 2007 по 2013 год интерес россиян к научно-техническим открытиям значительно снизился, возросло число безразличных к достижениям в науке и технике [6].

Научные достижения становятся важным элементом жизни мужчин, активных пользователей Интернета, обеспеченных и высокообразованных граждан.

Свое безразличие выразили женщины, малообразованные, малообеспеченные и те, кто не пользуется Интернетом.

Если обратиться к областям науки, то наибольший интерес проявляется к медицине, техническим достижениям, астрономии, изучению космоса, а наименьшим интересом пользуется наука о сельском хозяйстве, архитектура, строительство и транспорт. Новости из всех сфер научного знания интересуют лишь совсем малую часть из опрошенных; 15 % респондентов не смогли ответить на вопрос об интересующих их темах. При опросе нужно было назвать ученого современности, так в 2013 году 79 % россиян не смогли назвать хотя бы одного известного современного ученого, в 2007 году таких было 67 % [6].

В исследовании приняли участие 1 600 человек из 138 населенных пунктов. Статистическая погрешность составила не более 3,4 %.

Таким образом, мы видим резкий упадок интереса россиян к науке в данный период.

Смотря на результаты исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения 2018 года, можно увидеть положительную динамику мнения корреспондентов к науке.

Половина участвующих в опросе считает, что мировая наука находится на подъеме. К сожалению, оценивая российскую науку, 37 % опрошенных считают, что она немного отстает от мировой, 15 % считают, что отставание значительное, 20 % говорят, что они немного впереди, и 6 % говорят, что они серьезном опережении [6].

Для выхода отечественной науки на более высокий уровень, 50 % опрошенных респондентов считают необходимым ввести дополнительные финансовые вливания, а не только повышать квалификацию ученых (33 %).

Россияне считают, что наибольшее развитие науки произошло в оборонной промышленности, космической отрасли, медицине.

В обществе преобладает точка зрения, что развитие науки должно определяться научным сообществом, а не органами власти. В 2013 году органам власти отдавалось большее предпочтение. Обычные граждане, считают важным участвовать в постановке научных задач (6 % – 2013 год, 13 % в 2018 году).

В данном исследовании приняли участие 2000 респондентов, максимальный размер ошибки не превышает 2,2 %.

Конечно, нельзя сделать вывод о развитии науки в современном обществе, исходя только из мнения народа. Важно учитывать количество исследований и исследователей, число созданных передовых технологий, патентов и т. д. Тем не менее, мы наблюдаем, как с каждым днем растет количество исследовательских работ, публикаций в разных областях знаний. Развитие науки начинает измеряться количественными характеристиками.

Исходя из результатов проведенных исследователей, мы все же движемся в правильном направлении, приобщая к науке все большее количество людей. Ученых по тем или иным отраслям ограниченное количество, чего нельзя сказать об остальном населении. Но с каждым днем к науке приобщается все большее количество людей, не заинтересованных ей ранее.

Важность проведения социологических исследований по данной теме очевидна. Люди – это главная движущая сила. Те, кто не занимается наукой в плотную, дают свою объективную оценку происходящему в определенный период времени. В дальнейшем это помогает делать правильные шаги тем, кто занимается наукой, научной деятельностью. Во многом информационным для социальной общественности становятся научно-образовательные проекты, позволяющие ближе понять исследовательскую деятельность ученых в ВУЗах [7, С. 11-23]

Подводя итог, можно сказать, что без науки не строится наше представление о мире, обществе, человеке. Научное знание необходимо всем и каждому. Наука никогда не стоит на месте, она с каждым днем открывает новую и неизведанную ранее информацию, без которой, как потом окажется не обойтись. Научное знание проникает во все сферы деятельности человека, поэтому каждый так или иначе к ней приобщен.

При анализе и оценке научных достижений, важно учитывать мнение народа, «взгляд со стороны», для внесения положительных корректировок в развитие научной деятельности. Социологические опросы отражают реальное мнение граждан и демонстрируют острые проблемы в обществе.

Список использованных источников:

1. Грицкевич Т. И. Смыслы как порождение социальных взаимодействий / Актуальные проблемы современного гуманитарного знания: сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием; под общей редакцией З. А. Медведевой, О. Э. Васькиной. – Кемерово, 2020. – С. 10-12.

2. Goldshmidt E. S. Gritskevich T. I., Mesheryakova S. M., Cherepanov A. Y. Concept of Noospheric Education: Innovative Methods For Developing Personal Cognitive Strategies / The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. – Vol. XXXV. – No 45. – Pp. 383-394.

3. Грицкевич Т. И. Антиномии идентичности и индивидуальности в поиске оснований социального взаимодействия / Социальные коммуникации: философские, политические, культурно-исторические измерения: сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Кемерово, 2020. – С. 62-67.

4. Gritskevich T. I., Kazakov E. F., Konovalov A. B. Value Of Reforming Social And Economic Models Of Interaction In Society Development / The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. – Vol. XXXV. – No 49. – pp. 402-428.

5. Кун Т. Структура научных революций. – М.: Прогресс, 1977. – 300 с.

6. Российская наука: деньги - двигатель прогресса? / Аналитический обзор. – М.: Издательство ВЦИОМ, 2018. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116678> (дата обращения: 19.10.2020).

7. Лавина Т. А., Грицкевич Т. И., Захарова А. Н., Головина А. Г. Высшее образование: новое качество и форматы образования (по материалам лучших практик работы Федеральных инновационных площадок в 2019 году) // Современное образование: проблемы и перспективы развития. – Чебоксары, 2019. – С. 9-26.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Зайцева Е. М., студент

Научный руководитель – Идрисов Э. Ш., к. полит. н.
Астраханский филиал Российской Академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ
kotoko2000@mail.ru

Поколение Z – это своеобразное переходное поколение из XX в XXI вв., на которое еще оказывает влияние поколение Миллениум, но в то же время у него формируются другие черты. То, что предыдущие поколения называли «новыми технологиями», а также «технологиями будущего» для представителей названного поколения давно стало обыденностью. Именно это отличает их от поколения Y, так как детство последних прошло еще до технологического бума. Поколение Z – дети мультимедийных технологий, поколение, рожденное в информационном обществе [1].

Современная молодежь постоянно находится под воздействием динамичных информационных потоков. Отметим, что одной из актуальных проблем на сегодняшний день признается непрерывный рост потребляемого информационного контента. Как показал анализ научных исследований, вследствие информационных перегрузок у человека теряется способность к многозадачности, мозг перестает адекватно воспринимать и анализировать поступающую информацию, притупляются эмоциональные и интеллектуальные способности индивида, приобретаются синдром хронической усталости, а также информационной зависимости [2]. И эти последствия были выявлены у взрослых, сформировавшихся личностей, с устоявшейся точкой зрения!

Для решения указанной проблемы необходимо формировать и развивать соответствующие когнитивные навыки, способности к саморегуляции и самоуправлению.

С процессом цифровизации общества в обиход вошли такие понятия как «цифровая гигиена» и «цифровая безопасность». Многие исследователи определяют цифровую гигиену как свод указаний о способах сохранения информационной безопасности цифрового устройства и содержащихся на нем данных, или совокупность действий, влияющих на информационную безопасность, то

есть рассматривают ее с точки зрения необходимого условия информационной безопасности [3].

Информационная безопасность – сохранение и защита информации, а также ее важнейших элементов, в том числе системы и оборудования, предназначенных для получения, использования, хранения и передачи информации. Другими словами, это набор технологий, стандартов и методов управления, которые предназначены для защиты информации. Перед преподавателями стоит важная задача: формирование указанных компетенций у молодежи.

Основополагающая роль в вопросах обучения и гармоничного развития личности принадлежит системе образования, на которую возлагается задача формирования необходимых, в условиях современной действительности, компетенций. Отечественные и зарубежные исследователи отмечают, что традиционное обучение перестало в полной мере удовлетворять запросам современного общества и рынка труда, нуждающегося в мобильных и креативных специалистах [4].

К примеру, уже сегодня начал реализовываться проект Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) «Будущее образования и навыков: Образование 2030». Целью проекта является исследование и прогноз возможного будущего образования в мире. В центр внимания встают дети, которые в настоящий момент обучаются в начальной школе, а к 2030 году будут представлять основную часть населения, вступающую в рабочий возраст. Проект направлен на школьное образование, как общее, так и профессиональное, и частично построен на основе методологии исследования PISA, а также использует наработки исследования TIMSS. В задачи проекта «Образование 2030» входит разработка концептуальных рамок образования и анализ основных образовательных программ разных стран. Помимо этого, планируется проектирование учебной среды, способной наиболее эффективно поддерживать развитие компетенций учащихся [5].

На современном этапе идет попытка включения различных образовательных систем в образовательные организации. Как пример можно назвать различные программы и модели, сформированные на основе информационно-коммуникативных технологий. Этот пример говорит нам о необходимости освоения новых педагогических навыков.

С одной стороны, вовлечение молодежи в информационно-коммуникационную среду способствует развитию определенных навыков и расширению мировоззрения. С другой стороны, такая надпрофессиональная компетенция, как критическое мышление, которое, в настоящее время, является одной из наиболее востребованных характеристик для работодателя, в условиях дефицита качественных образовательных цифровых средств в учебных заведениях и наличия «информационных ям», не может получить должного развития. Общество пришло к выводу, что цифровизация, без должного внимания и подхода, несет, скорее, губительный характер для критического мышления молодого поколения и других профессиональных и моральных качеств.

Критическое мышление – это мышление, направленное на выявление недостатков в суждениях других людей. Критичность мышления – качество мышления, позволяющее осуществлять строгую оценку результатов мыслительной деятельности, находить в них сильные и слабые стороны, доказывать истинность выдвигаемых положений [4]. Другими словами, при недостаточном развитии указанного качества мы получаем ведомых людей.

И здесь возникает вопрос: а хорошо ли это? С одной стороны, ведомый человек – это прекрасный «пластилин» для принятия управленческих решений. Такие люди беспрекословно и точно подчиняются действующим правилам и законам, им комфортно находится в тени своих руководителей. С другой же стороны, в эпоху цифровизации, с учетом прав на свободный доступ к информации, такие люди легко могут стать пешкой в более искусных «цифровых руках». Именно такие люди часто поддаются различным влияниям извне. Происходит это по той причине, что их ум оказывается слишком открытым и незащищенным перед любыми воздействиями. Такие люди не анализируют поступающую информацию и принимает все за «чистую монету». Человек легко надевает на себя маску социального ожидания, порой наперекор собственным желаниям. Подверженность манипуляциям делает эту личность слабой и безвольной, ею, как правило, легко управлять. Порой такие люди и не догадываются о том, что проживают не свою жизнь, теряют себя как индивидуальность. Как следствие, мы можем говорить о потенциальной заинтересованности государства в необходимости фильтрации информации в сети Интернет.

Итак, использование сети «Интернет», цифровых устройств и информационных технологий, с одной стороны, упрощают жизнь современному человеку и обогащают ее, открывают для него новые возможности, с другой, разрушают когнитивные способности индивида, препятствуют полноценному и гармоничному развитию эмоционального и ментального интеллектов. Использование интернет-ресурсов неподготовленными индивидами влечет за собой деградацию критического мышления, что может привести к серьезным последствиям, как для личности отдельно, так и для государства в целом. Государство должно фильтровать общедоступную информацию как в СМИ, так и в сети «Интернет». На сегодняшний день остро стоит вопрос о трансформации системы образования и преобразования методик преподавания. Современное образование должно воспитывать в личности компетенции и качества, которые пользуются спросом на сегодняшнем рынке труда.

Список использованных источников:

1. Сапа А. В. Поколение Z - поколение эпохи ФГОС // Инновационные проекты и программы в образовании. – 2014. – № 2. – С. 24-30.
2. Кудрявцева М. В. Самоуправляемое обучение как важный аспект эффективного развития индивида в условиях цифровизации современного общества // Гуммаитарно-педагогические исследования. – 2020. – Т.1 № 1. – С. 6-11.

3. Щетинина Н. А., Цыбан Л. А. Образовательная реальность в эпоху информационного бума: современные тенденции в преподавании // Вестник РМАТ. – 2018. – № 4. – С. 69-72.

4. Зотова О. М., Зотов В. В. Информационные перегрузки как фактор стресса студентов ВУЗов // Курский научно-практический вестник «Человек и его здоровье». – 2015. – № 4. – С. 108-115.

5. ФОРСАЙТ 2030. URL: <https://fioco.ru/Contents/Item/Display/2201455> (дата обращения: 14.11.2020).

АКТУАЛИЗАЦИЯ МАГИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОСТИ КАК СЛЕДСТВИЕ ПОДРАЖАНИЯ ПАРАНАУЧНЫХ ФОРМ ЗНАНИЯ СИСТЕМНОСТИ НАУКИ

Красноперова А. Ю., магистрант

Научный руководитель – Грицкевич Т. И., д. филос. н., профессор

Кемеровский государственный университет

alina.krasnoperova.2012@mail.ru

Начало века довольно часто демонстрирует всплеск общественного интереса к ненаучным формам знания, оккультизму и магии [1, С. 20; 2, С. 384]. Начало XXI века не является исключением и так же отмечено формированием своеобразия мировоззренческих установок альтернативных научным знаниям [3, С. 293; 4, С. 322]. При бурном развитии науки и техники нового тысячелетия, по-прежнему в обществе появляется множество людей - приверженцев магии. Причем чаще всего это отмечается среди людей, общающихся на быденном уровне. Но двадцать первый век демонстрирует возросший интерес к магии в массовом сознании. Множество печатных изданий, телевизионных программ и интернет-ресурсов содержит информацию о потомственных колдунах, целителях. Кроме того, в масс-медиа ресурсах не только рассказывают о личности и деятельности того или иного мага, но и указывают контактные данные, чтобы все заинтересованные могли обратиться в любое удобное время, назначить консультацию или попросить совета. У многих современных магов есть свои интернет-страницы и сайты, что облегчает доступ к связи с ними и популяризирует данную социально-психологическую деятельность как прикладную паранаучную деятельность. Люди пытаются с помощью определенных магических ритуалов решить серьезные жизненные проблемы [5].

У этих наблюдаемых явлений есть свои объяснения. Причиной актуализации магического знания может являться разрыв между человеком и природой, который образовывается в результате развития цивилизации. Человек все меньше связан с природой и все больше отдаляется от того, чтобы ее понимать, что порождает потребность в обращении к тем, кто может устранить этот разрыв.

Еще одной причиной может выступать углублением разрыва между человечеством и отдельным человеком. Отсутствие соразмерности между возможностями отдельного индивидуума и действительными достижениями всего человечества становится неотъемлемой чертой нашей жизни [1, С. 23].

Ряд исследователей считает одной из основных причин возрождению магии превращение техники в сложную, отдельную и стремительно развивающуюся систему. Как правило, закономерности действия данной системы оказываются непонятны для обычного потребителя, результат работы появляется чудесным образом через простое нажатие клавиши или кнопки.

Л. Г. Ионин, советский и российский социолог, справедливо отмечает, что наступление новой эпохи проявляется не только в повсеместном распространении магов, колдунов и народных целителей и не только в скудных суевериях основной массы народа. При нынешнем уровне развития техника сложна для понимания для обычного человека: вскрытие аппарата не обнаруживает постижимой в нормальном опыте системы тяг и рычагов, связь между нажатием кнопки и результатом обнаруживает черты магического действия [4, С. 405].

Еще одной немаловажной причиной выступает изменение системы ценностей в массовом сознании, существование своеобразных двойных духовных стандартов в поведении людей [6, С. 132; 7, С. 63-65]. Из-за появления ряда книг, содержащих психотехники, которые впоследствии стали применяются на семинарах или тренингах, направленных на изменения внутреннего состояния человека и мировосприятия человека, усилилась роль магических технологий в сознании людей.

Магия сегодня является одной из самых примитивных техник исполнения желания, которая не требует особых специальных знаний, а чаще предполагает повседневный ритуал с каким-либо магическим инструментом. Даже обычный ритуал принятия душа может означать для человека очищение и своеобразное омытие грехов, когда все негативное уходит вместе с водой.

Кроме того, различные магические предметы становятся частью культуры и приобретаются людьми как элемент той или иной культуры, который несет в себе не только историю того или иного народа, но и служит определенным предметом для осуществления желаемого. Различные амулеты, обереги могут не восприниматься как нечто действительно действенное, но как что-то имеющее возможную магическую силу, которая поможет в решении проблем или принесет счастье и благополучие. Через это, несомненно, сохраняет свою актуальность магический аспект в мышлении современного человека.

Магия тесно связана с мифологией, что позволяет не только не исчезать как области вненаучного знания, но и помогает укреплять свою важность в сознании людей через рассказы, предания, традиционные обряды и ритуалы [8, С. 349]. Это позволяет сделать магическую сферу частью обыденной повседневной жизни. По сей день выпускается множество печатных изданий, содер-

жащих описание и применение тех или иных знаний в области магии. Существует ряд телепередач и даже телевизионных каналов, которые на постоянной основе транслируют деятельность колдунов и магов, их объяснение тех или иных событий, советы по устройству жизни и решению волнующих человека проблем. Немало существует и интернет-ресурсов, на которых размещаются, не только контактные данные, но и осуществляется продажа магических элементов (оберегов, амулетов, целительных вещей, трав и т. п.). Современные средства связи позволяют практически мгновенно и в любом месте связаться с магами и получить помощь и инструкцию к дальнейшим действиям. Но стоит заметить, что большая часть этих услуг коммерциализирована.

Магическое, мифическое, паранаучное объяснение явлений или феноменов природы возникает именно от того, что современная наука настолько углубила свои основания, что большинству представителей общества для понимания и научного объяснения нужно много потратить времени и сил. Поэтому тяга людей к простому доступному разъяснению магического содержания, вызываемого к эмоциям и первичным инстинктам человека, вполне удобная альтернатива [9, С.411].

Кроме этого, большинство стратегических, боевых компьютерных игр свои сценарии строят на применении элементов магии. А это влияет на сознание подростков и формирует базовые представления не на научных, а на паранаучных формах мировоззрения [10, С.10; 4, С. 63-65].

Однако есть и такой немаловажный аспект в популяризации магических форм объяснения реальности, как перенимание и подражание научным традициям институализации паранаучного знания. Люди, распространяющие оккультизм, обучаются на семинарах, повышают квалификацию, создают гильдии, ордены, пишут книги и издают периодические издания. Их интерес вполне ясен – придать научный статус паранаучным объяснениям явления психики человека, тому, где материальные научные формы объяснения не могут ответить на все поставленные вопросы.

Определенно магическое мышление претерпело изменение в ходе развития общества, но не исчезло как таковое. Поддержка магии и паранаучного объяснения сопровождается активным использованием современных средств связи, социальных сетей и технологий, где ученые не проявляют себя, не раскрывают свои научные исследования.

Список использованных источников:

1. Белоусова Е. В. Старая и новая магия // Вестник ЧелГУ. – 2009. – № 42. – С. 19-25.
2. Goldshmidt E. S. Gritskevich T. I., Mesheryakova S. M., Cherepanov A. Y. Concept of Noospheric Education: Innovative Methods For Developing Personal Cognitive Strategies / The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. – Vol. XXXV. – No 45. – Pp. 383-394.

3. Грицкевич Т. И. Сущностные характеристики реформационных процессов в России / Наука и образование: сборник статей X Международной научной конференции. Т. 1. – Белово, 2014. – С. 292-296.
4. Берсенев П. В. Лабиринты ума. – СПб.: Амфора, 2008. – 462 с.
5. Авдеева Т. В. Ценности современной жизни глазами молодежи: философское эссе / Россия молодая: сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием; отв. ред. С. Г. Костюк. – Кемерово, 2019. – С. 90401.
6. Грицкевич Т. И. Пределы реформирования // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Философия. – 2009. – №1. – С. 130-138.
7. Бехтерева Н. П. Магия мозга и лабиринты жизни. – М.: РГБ, 2009. – 134 с.
8. Шилов Н. А. Русская идентичность в постсоветскую эпоху: философское эссе / Актуальные вопросы истории, социально-политических науки и туризма: Материалы симпозиума в рамках XV (XLVII) Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых; под научной редакцией О. О. Шишкиной, 2020. – С. 348-350.
9. Gritskevich T. I., Kazakov E. F., Konovalov A. B. Value Of Reforming Social And Economic Models Of Interaction In Society Development / The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. – Vol. XXXV. – No 49. – Pp. 402-428.
10. Беломестных А. А., Грицкевич Т. И. Влияние детского коллектива на формирование личностных характеристик младшего школьника / Россия молодая: сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием; отв. ред. С. Г. Костюк. – Кемерово, 2019. – С. 90901.

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ МАГИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ И ЕГО ОТРАЖЕНИЕ В НАШИ ДНИ

Носков М. А., магистр

Научный руководитель – Матвеева Е.В., д. полит. н., профессор
Кемеровский государственный университет
maksimka.noskov.1997@mail.ru

Мозг – это один из сложнейших органов живого мира в морфологическом отношении и во всем множестве связей между составными частями, что делает его актуальным предметом для научных исследований и не до конца изученным по сей день. Как и все прочее в природе не возникает из ничего, но на основании имеющихся исходных данных, так и наш (человеческий) мозг претерпевал в процессе эволюции бесчисленные множества преобразований и модификаций. Как бы не хотелось человечеству считать *Homo sapiens* венцом и конечным вариантом эволюционных преобразований, естественный отбор и

постоянно возникающие мутации в ДНК говорят нам о том, что человек, как и все живое, остаются во власти эволюционных процессов. Проблема заключается в том, что проследить изменения в контексте эволюции здесь и сейчас в наглядном варианте весьма проблематично ввиду долгой сменяемости поколений у человека, оттого и возникают подобные мысли у «не биологов». Мозг работает откровенно не идеально, в процессе жизнедеятельности, не улучшая свои показатели продуктивности и избавления от ошибок, но приобретает все новые и более проблемные. Здесь же подходим к основной теме данной статьи, а именно к человеческим когнитивным искажениям в процессе познания, лежащим в основе магического мышления-шаманизму, религиозным объяснениям природы, в общем вере в паранормальное, различного рода гаданиям и предсказаниям, и даже к лженаучным концепциям, выдающим себя за науки.

Фольклорные сказания народов с разных уголков планеты повествуют о существах мифического происхождения, что навещают людей во снах. Например, в скандинавской мифологии есть демон-душитель мара – олицетворяет удушье во сне и нехорошие сны. В различных странах существуют аналогичные и даже родственные слова «маре», например «кикимора» [1]. В русской народной традиции удушье во сне скорее связывают с домовыми, которые вскакивают на грудь, чтобы якобы предупредить о беде. Другие народы представляют объяснение удушью во сне как проделки джинов и шайтонов. Сторонники паранормального считают, что данные примеры являются аргументами в пользу существования потусторонних сил «не нашего мира» и т. п. После такого опыта люди не находят ответов у ученых или считают их неубедительными, что приводит их к различного рода экзорцистам, священникам и в целом к людям, оказывающим религиозно-мистические услуги. Дети, к примеру, часто полагают, что монстры находятся у них под кроватью, но на самом деле они гораздо ближе – все монстры исключительно в голове и нигде больше. Вышеназванные следствия объединяет одно обстоятельство, возникают они по причине такого явления, как сонный паралич. В целом, это состояние при пробуждении или засыпании, когда вы осознаете, что не можете пошевелиться [2]. Его испытывал примерно каждый десятый человек хотя бы раз в жизни [3]. Причина кроется в пробуждении в период REM фазы сна, когда наши скелетные мышцы расслаблены, а моторные нейроны заторможены, в следствие чего мы пробуждаемся, а паралич пройти не успевает. Мозг, пытаясь дать объяснение такому явлению, приходит к всевозможным выводам, в том числе и мистическим.

Подобные случаи могут отрицательно сказаться на психическом здоровье людей, столкнувшихся с неординарными ситуациями для обыденной жизни. Бескомпромиссное отношение к пониманию природы «мистического опыта» и верная интерпретация приводят человека в себя и позволяют лучше спать по ночам [4].

Синдром, описанный в 1882 году французским неврологом Жюлем Котаром и названный в его честь, также является примером когнитивных ошибок

и апофенических проявлений, при котором пациенты могут считать себя умершими, без биения сердца и с разрушенными или сгнившими органами [5]. Например, у мужчины в аварии был поврежден мозг и после выписки из больницы он отправился с матерью в Южную Африку. Он посчитал, что умер и попал в ад, что подтверждала жара, а кончину свою связывал с угрожавшим ему на ранних этапах лечения сепсисом, а также СПИДом, прочитав в газете о смерти от данного заболевания. Он был искренне убежден, что душа матери сопровождает его и проводит экскурсию по царству Аида [6].

В журнале *Trend in Cognitive Science* в 2011 году была опубликована статья «В околосмертном опыте нет ничего паранормального: как нейронаука объясняет яркий свет, встречу с мертвыми и убежденность в то, что вы один из них» [7]. Околосмертный опыт испытывают далеко не только люди, находящиеся на грани смерти, но и, к примеру, больные диабетом при значительном недостатке сахара в крови, пациенты под наркозом. При нарушении мозгового кровотока или кратковременной потере сознания так же возникают подобные ощущения. Настоящие достижения науки нейробиологии сводят на нет различного рода верования и традиционные ошибочные представления о душе, экзорцизме, астральных проекциях. Также стоит упомянуть философские идеалистические и материалистические размышления о первопричинности того или другого и в данных приведенных примерах, в данном случае нужно верно интерпретировать факты исследований, отдавая материи предопределение постлежащему заключению происходящего.

В журнале *Nature* в 2002 году вышла статья, в которой описывались результаты исследований мозга больных эпилепсией [8]. В ходе операций по устранению очагов судорожной активности врачи подвергают пациента точечной электростимуляции. В процессе стимуляций различных участков мозга у пациентов ведут опрос для мониторинга ощущений, чтобы отследить не затронуты ли жизненно важные участки. Оказалось, на стыке височной и теменной долей пациент ощутил, что выходит из тела и видит себя со стороны. Данный эффект подтверждается большой выборкой воссозданных подобному состояний при аналогичной стимуляции [9].

Идеи медицинского сообщества сходятся в некотором общем представлении на основании множества исследований, и оно состоит в том, что опыт на фоне эпилепсии [10], параноидальной шизофрении [11] и отравлений различного рода галлюциногенами [12] сыграл основополагающую роль в формировании мистицизма и религии, как явления, что охватывает до сих пор всех людей в той или иной форме.

Стоит также упомянуть про один из распространенных феноменов «смерть вуду», что был описан врачом Уолтером Кенноном в 1942 году (статья была опубликована в журнале *American Anthropologist*). Спустя некоторое время статья получил статус знаменитой. Суть данного феномена заключена в убежденности проклятого в том, что проклятие действительно и убежденности всех окружающих в этом случае – проклятие имеет реальную силу. Как

говорится: «Проклятие работает тогда, когда в него начинают верить». Это выражение имеет реальную подоплеку на основании множества свидетельств и исследований, приведу одно из них, что было описано в статье У. Кеннона. Одного из аборигенов северного штата Австралии, помощника тамошних миссионеров, проклял шаман. По осмотру врача были зафиксированы слабость и чувство тревоги и прочих симптомов не наблюдалось. В словах самого аборигена прослеживалась искренняя вера в конечный результат данного проклятия – смерть, потому как шаман был весьма известен и недвусмысленно направил на того кость. Выяснив все обстоятельства, доктор направился на разговор к шаману и ясно дал понять, что тот лишится гуманитарной поддержки и его изгонят прочь далеко за пределы миссии после смерти пациента. Незамедлительно шаман отправился и объяснил проклятому, что все его манипуляции являются ничем большим, как недоразумением и шуткой. На удивление проклятый абориген тут же прибыл в доброе здравие и вернулся к обыденной жизни. Можно интерпретировать данный факт, как то, что великий шаман сожалелся над проклятым под угрозой лишиться ценной провизии и снял с несчастного проклятие, как говорится, шаман дал, шаман взял, но на деле это является обычной апофенией. Под эмоциональным давлением по природе люди чувствительные и морально слабые обычно принимают подобные заявления о проклятиях в их сторону, так скажем, «близко к сердцу», а потому и получают частичное исполнение проклятие в виде сердечных приступов, недомоганий и даже смерти при тех же инфарктах и инсультах. Лучшая защита от «смерти вуду» и проклятий различного рода в знании правильной интерпретации фактов вне магического, но исключительно в рамках научного аспекта, а именно не верить, а проверять. Магии действует исключительно в тех случаях, когда в нее верят, как и было показано выше.

Начиная с 1922 года профессиональные иллюзионисты, понимая и зная секреты манипуляций с предметами, фокусов и т. п., стали организовывать фонды и предлагать вознаграждение тем, кто докажет в рамках корректно поставленного эксперимента свои экстрасенсорные способности. Первым в этом деле стал известный иллюзионист Гарри Гудини, который в 1922 совместно с журналом *Scientific American* предложил 2,5 тыс. долларов тому, кто докажет свои способности в экстрасенсорике. К сожалению, или к счастью (для верующих и скептиков позиции кардинально рознятся соответственно) до сих пор ни один из заявляющих о своей сверхъестественности не получил премии. Основываясь на этом факте, мы не можем сказать, что сверхъестественного и паранормального не существует, но будем честны, если заявим, что у человечества до сих пор нет ни одного адекватного довода и аргумента в пользу существования первого и второго.

Благодаря достижения нейронаук и количеству корректных исследований по установлению существования паранормального мы находим реальные объяснения все большему числу общепринятых, идущих с нами нога в ногу многие тысячелетия мифам и предрассудкам, верованиям и культам, но и в

наши дни мы можем повсеместно столкнуться с таковым. 12 томный труд ученый Джеймс Фрэзер, который посвятил всю свою жизнь изучению мифов и ритуалов различных народов мира, в 1890 году опубликовал под названием «Золотая ветвь: исследование магии и религии», заложив основы социальной антропологии, он описал основы симпатической магии. Серьезное место данного вида магической вариации Фрэзера в современном обществе подтверждают психологи Линда Миллмэн, Пол Розин и Кэрл Немерофф [13]. К примеру, большая часть испытуемых в их экспериментах отказывались пить сок с побывавшим в нем дезинфицированным тараканом, а также суп, предварительно туда плюнув. Принцип подобия в наше время тоже прекрасно работает на примере отказывающихся людей от шоколадки в виде экскрементов.

Данные примеры наглядно показывают присутствие магического мышления в умах современных людей, что стоит на противоположных столпах научному познанию. Вышеприведенные примеры с супом и тараканом в соке являются относительно нейтральными и касающимися лишь конкретных индивидов при выборе пищи, но имеются в наши дни примеры гораздо страшнее и апофеничнее некоторых распространенных суеверий, сглаза и того подобного. Например, гомеопатия и основывающаяся на принципах «однажды в контакте – всегда в контакте» и «после этого – значит по причине этого» [14]. В данном случае заблуждения становятся опасными. Человек, после приема абстрактного «Анаферона», чувствует себя лучше и приписывает выздоровление препарату, таковой сильно удивляется, когда ученые предоставляют данные тщательного эксперимента, в результате которых оказывается, что препарат не работает в принципе и по определению, так как вещество разводится в тысячи и миллионы раз. В некоторых случаях им может оказаться кость тираннозавра! Страшно представить ситуацию, когда мать-одиночка с зарплатой ниже среднего обращается за помощью к квалифицированному педиатру по болезни ее ребенка, а ей в ответ прописывают «иммуномодуляторы» и «анафероны», называя с виду научные термины вроде релиз-активных веществ и т. д. Но в нашем мире такое не только можно представить, но и встретить! Мало того, что не существует на данный момент препаратов, что доказывали бы эффективность в повышении иммунитета (чтобы это не значило), так еще такие имеют цену по несколько десятков тысяч за килограмм, являясь на деле пустышками из сахара. «Материя Медика Холдинг» заполонила фармацевтический рынок России гомеопатическими сахарными шариками под видом препаратов от ОРВИ, иммуномодуляторов, а в период пандемии и как якобы препаратов, которые имеют доказанную эффективность в борьбе с SARS-CoV 2. В данном случае апофения и некомпетентность врачей играют на руку процветанию лженаучных представлений о гомеопатии, что идут в разрез с официальной наукой. В слепой вере, принимая гомеопатически-магические пустышки, есть шанс дать болезни беспрепятственно развиваться и запустить до серьезных последствий.

Знание того, по какой причине люди верили и продолжают верить в потустороннее и испытывают их влияние, однажды может спасти жизнь. У каждого перечисленного явления есть своя история и свои причины, которые наука с течением времени способна объяснять на основании корректно поставленных экспериментов. Апофенические представления до сих пор имеют прочные позиции в каждой культурной традиции, но благо работа ученых в различных науках не дает шансов полностью завладеть умами людей, представляя примеры объективности и честности при интерпретации фактов окружающего нас мира. Критическое мышление и здоровый скепсис – лучшие друзья человека в избавлении от беспочвенно тревожащих предрассудков.

Список использованных источников:

1. Cheyne J. A. et al.: Hypnagogic and hypnopompic hallucinations during sleep paralysis: neurological and cultural construction of the night-mare. *Conscious Cogn* 1999, 8 (3): 319-337.
2. Stores G.: Sleep paralysis and hallucinosis. *Behav Neurol* 1998, 11 (2): 109-112.
3. Sharpless B. A., Barber J. P.: Lifetime prevalence rates of sleep paralysis: a systematic review. *Sleep Med Rev* 2011, 15 (5): 311-315.
4. Fuller P. M. et al.: The pontine REM switch: past and present. *J Physiol* 2007, 584 (Pt 3): 735-741.
5. Morgado P. et al.: Cotard syndrome without depressive symptoms in a schizophrenic patient. *Case Rep Psychiatry (Edgmont)* 2008, 5 (6): 28-29.
6. Young A. W., Leafhead K. M.: Betwixt life and death: case studies of the Cotard delusion. In Halligan P. W., Marshall J. C. (Eds.): *Method in Madness: Case Studies in Cognitive Neuropsychiatry*. 1996.
7. Lempert T. et al.: Syncope and near-death experience. *Lancet* 1994, 344 (8925): 233-237.
8. Blanke O. et al.: Stimulating illusory own-body perceptions. *Nature* 2002, 419 (6904): 269-270.
9. Blanke O. et al.: Arzy S.: The out-of-body experience: disturbed self-processing at the temporo-parietal junction. *Neuroscientist* 2005, 11 (1): 16-24.
10. Myrray E. D. et al.: The role of psychotic disorders in religious history considered. *J Neuropsychiatry Clin Neurosci* 2012. 24 (4): 410-426.
11. Devinsky O., Lai G.: Spirituality and religion in epilepsy. *Epilepsy Behav* 2008, 12 (4): 636-643.
12. Sherman L., Zimmerman M.: Ergotism and its effects on society and religion. *J Nutr Immunol* 1994, 2 (3): 127-136.
13. Cannon W. B.: «Voodoo» death. *American Anthropologist*, 1942; 44 (new series): 169-181. *Am J Public Health* 2002, 92 (10): 1593-1596; discussion 1594-1595.
14. Rozin P. et al.: Operation of the laws of sympathetic magic in disgust and other domains. *J Pers Soc Psychol* 1986, 50 (4): 703-712.

Научное издание

**МОЛОДЕЖЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА:
МЕЖДУНАРОДНЫЙ, НАЦИОНАЛЬНЫЙ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ
АСПЕКТЫ**

Материалы Всероссийской научно-практической
конференции

16 +

Корректор Е. В. Григорьева

Подписано к использованию 27.11.2020.

Объем 5,08 Мб.

КемГУ, 650000, Кемерово, ул. Красная, 6.