МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ имени Н.А. ДОБРОЛЮБОВА

ВАНАДЗОРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

имени О. ТУМАНЯНА

**ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ В ПЕРЕХОДНУЮ ЭПОХУ**

*Материалы международной научно-практической конференции*

**21–22 АПРЕЛЯ 2021 г.**

**Том 2**

**Социальные изменения в теориях среднего уровня**

**Текстовое электронное издание**

**© НГЛУ, 2022**

Нижний Новгород

2022

**УДК 316**

**ББК 60.52**

**Т 654**

*Публикуется по решению редакционно-издательского совета НГЛУ*

**Трансформации общественного сознания в переходную эпоху** [Электронный ресурс]: Материалы международной научно-практической конференции 21–22 апреля 2021 г. Т. 2. Социальные изменения в теориях среднего уровня / под. ред. И.А. Савченко, Ю.В. Козловой, Н.А. Агеевой. – Электронные текстовые данные (3,08 МБ). – Н. Новгород: НГЛУ, 2022. 264 с.

**ISBN 978-5-85839-362-7**

Социальные трансформации, свидетелями которых мы сегодня становимся, находят воплощение в актуальных трансформациях общественного сознания. В сборнике представлены материалы международной научно-практической конференции, нацеленной на глубокое и всестороннее исследовательское осмысление этих трансформаций.

Второй том сборника посвящен анализу социальных изменений в контексте теорий среднего уровня. Исследуются этноконфессиональные маркеры социальных изменений, изучается динамика массового сознания в цифровом медиаполе, раскрывается роль педагога в меняющемся мире, прослеживаются трансформации лингвокультурного сознания и речевого поведения в современных дискурсивных практиках.

**УДК 316**

**ББК 60.52**

**Рецензенты**

***Бубнова Ирина Александровна,*** д-р филол. наук, профессор, Московский городской педагогический университет (Москва, Россия)

***Джунушалиева Гульмира Дженишевна,*** д-р ист. наук, доцент, Кыргызско-Российский Славянский университет им. Б. Н. Ельцына (Бишкек, Кыргызская республика)

**Редакционная коллегия**

***Никонова Жанна Викторовна (председатель редколлегии),*** д-р филол. наук, профессор, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова (Нижний Новгород, Россия)

***Савченко Ирина Александровна (научный редактор),*** д-р социол. наук, доцент, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова (Нижний Новгород, Россия)

***Иванов Андрей Владимирович,*** д-р филол. наук, профессор, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова (Нижний Новгород, Россия)

***Жукоцкая Александра Васильевна,*** д-р филос. наук, профессор, Московский городской педагогический университет (Москва, Россия)

***Соколовски Марек***, д-р социол. наук, профессор, Варминьско-Мазурский университет в г. Ольштыне (Ольштын, Польша)

***Устинкин Сергей Васильевич***, д-р ист. наук, профессор, Приволжский филиал ФНИСЦ РАН (Нижний Новгород, Россия)

***Сантоян Арен Мелсович,*** канд. филол. наук, доцент, Ванадзорский государственный университет им. О. Туманяна (Ванадзор, Республика Армения)

**Текстовое электронное издание**

**Минимальные системные требования**

Компьютер: процессор х86 с тактовой частотой 500 МГц и выше; ОЗУ 512 Мб; 5 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA 1280x1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM

Операционная система: Windows ХР/7/8

Программное обеспечение: Adobe Acrobat Reader версии 6 и старше.

**ISBN 978-5-85839-362-7**  © НГЛУ, 2022

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| От редколлегии………………………………………………………………..  **РАЗДЕЛ 1. Этноконфессиональные маркеры социальных изменений**……………………………………………………………………..  *Борецкая В.К.* Процессы секуляризации и десекуляризации на примере религиозности белорусских, российских, украинских, польских студентов………………………………………………………………………  *Генк А.-И.* Социокультурные особенности деловой среды и специфика бизнес-взаимодействия с турецкими предпринимателями.………………..  *Горюнова А.А.* Вызовы современности в контексте национальной безопасности: экологические и этнополитические аспекты ………………  *Игнатьева Л.И.* Основные направления и трансформация этнодемографической ситуации в независимом Казахстане ……………...  *Краснова А.Г.* Конфессиональная позиция современных христиан в контексте постсекулярности российского общества …..………………...  *Одиноченко В.А.* Трансформация религиозной ситуации в современной Беларуси: тенденции и проблемы…..…………………..……………………  *Савченко И.А.,* *Никонова Ж.В.* Лингвистическиеи этнические индексы культурной идентичности в полиэтничной образовательной среде ……...  *Ткачук Н.В.* Региональные практики внедрения цифровых образовательных ресурсов в местах традиционного уклада жизни коренных народов Югры (по материалам социологических исследований)…..…………………..…………………..……………………..  *Шиманская О.К.* Гражданский потенциал религиозных организаций в период пандемии *COVID-19* в 2020 г. (на примере православия) ……......  **РАЗДЕЛ 2. Динамика массового сознания в цифровом медиаполе**….  *Автаева Н.О.* Контент-стратегии медиа социальной проблематики в эпоху *digital*…..…………………..…………………..……………………...  *Асташова Н.Д.* Шифр «навязанной рациональности» в  коммуникациях медиапространства…..…………………..…………………..………………..  *Борисова Е.В., Дубровская В.В.* Дискурсивные характеристики новостной статьи (на материале современной англоязычной качественной прессы)…..…………………..…………………..…………….  *Вербицкая О.Ю., Петрова И.А.* Американское медиапространство в  цифровую эпоху…..…………………..…………………..………………..  *Воеводкина М.А.* Современные тенденции развития интернет-рекламы ...  *Кедяркин  С.Н.* Коммуникативные практики местной прессы Нижегородской области и аудитория…..…………………..……………….  *Коданина А.Л.* Журналистика как четвертая власть: трансформация профессии в переходную эпоху…..…………………..……………………...  *Комкова Г.Н.* Проблемы повышения уровня информационно-коммуникационной культуры молодежи в эпоху цифровизации ………...  *Коханова Л.А., Алексеева Т.С., Губанова М.А., Черешнева Ю.Е.*  Цифровая культура журналиста в условиях медиатизации реальности .....  *Обидин Д.С.* Воздействие информационно-коммуникационных технологий на академическую продуктивность студентов…..……………  *Романчук В.В.* Объективация концепта «патриотизм» в дискурсе белорусских массмедиа и формирование мировоззрения молодёжи …….  *Савельева Е.И., Ротанова М.Б.* Особенности формирования имиджа политических деятелей в современном информационном пространстве…  *Тогузаева Е.Н., Тюменева Н.В.* Правовые риски формирования информационно-коммуникативной культуры населения в переходную эпоху…..…………………..…………………..…………………..…………...  *Талышева М.А., Поплавская Н.В. TikTok* как отражение ценностных ориентиров современной молодежи…..…………………..…………………  *Тарасова Н.А.* Особенности самоконструирования субъектов в контексте «виртуальной свободы»…..…………………..………………………………  *Туинчик А.И.* Стратегии представления образа *IT*-специалиста в  белорусских СМИ…..…………………..…………………..……………...  *Фортунатов А.Н.* Сетевой субъект как отсутствующая фигура коммуникативной реальности…..…………………..……………………......  **РАЗДЕЛ 3.** **Роль педагога в меняющемся мире**…..…………………….  *Астрамецкая Н.П.* Интеграция цифровых технологий и  гуманистических основ в системе современного образования ………...  *Бессонова Т.И.* Проектное обучение как новая дидактическая стратегия высшей школы…..…………………..…………………..…………………….  *Гофман А. А., Тимощук А.С., Тьяги Ручи.* «Новая нормальность» и актуальные тренды подготовки курсантов в условиях дистанционного обучения…..…………………..…………………..…………………………...  *Згировская Е.В.* Понятие ответственности в категориальном аппарате коучинга…..…………………..…………………..……………………….…..  *Кувакова И.М., Устинкин С.В.* Проблемное поле ценностей *digital*-образования: свободы и права, долг и отвественность…..………………...  *Сандул Я.В., Сандул.А.М.* Культурно-нравственные аспекты воспитания студентов медицинского профиля в процессе обучения гуманитарным дисциплинам…..………………………………………………………………  *Фабарисов Т.И.* Анализ эффективности системы финансирования высшего образования Германии и ее влияние на подготовку молодых специалистов…..…………………..…………………..………………………  *Nadezhda Yu.* *Valyaeva.* Teaching esl to the generation of “digital natives” effectively………………………………………………………………………  **РАЗДЕЛ 4. Трансформации лингвокультурного сознания и речевого поведения в современных дискурсивных практиках**………………….  *Бакараева А.А., Курышева В.И.* Коммуникативное поведение и языковая личность в период пандемии…..……………………………………………..  *Безрукова А.А.,Колосова Т.Ю.* Роль вербальных средств коммуникации в создании имиджа члена королевской семьи (на примере герцогини Кембриджской Кейт Миддлтон)…..…………………………………………  *Григораж Д.С., Коробова Н.В.* Стратегии построения речевого имиджа (на материале речей современных англоязычных политиков) ……………  *Димитричева О.И.* Язык наружной рекламы как вида визуальной коммуникации…..…………………..…………………..……………………..  *Енина В.Д., Кудряшова Л.Н.* Влияние СМИ на современную языковую культуру …..…………………..…………………..…………………………..  *Киселева А.О., Жиганова А.В.* Функциональные особенности использования английского языка в глобализирующемся мире…..…………………..…………………..…………………..……………  *Никитин А.В., Савруцкая Е.П., Семенов Д.В., Устинкин С.В.* Проблема связи нравственных норм и языковых моделей…..………………………..  *Oганесян А.В., Арутюнян А.Г., Эминян Г.К., Аракелян А.Ж.* Влияние глобальной цифровой культуры на развитие национальных языков ……..  *Филиппова В.В., Курышева В.И.* Образ политика в англоязычном политическом дискурсе…..…………………..…………………..…………..  *Хатюшина П.С., Жиганова А.В.* Функционально-прагматический потенциал иноязычных включений в англоязычном художественном дискурсе…..…………………..…………………..…………………..……..... |  | 7  8  9  17  20  28  31  37  42  48  51  57  58  63  68  73  78  85  92  96  100  103  110  118  124  132  137  143  145  149  150  154  161  175  179  185  192  202  206  207  212  217  225  229  236  241  250  255  260 |

**ОТ РЕДКОЛЛЕГИИ**

Перед вами – второй том сборника материалов международной научно-практической конференции «Трансформации общественного сознания в переходную эпоху». Конференция проводилась 21–22 апреля 2021 года в Нижегородском государственном лингвистическом университете имени Н.А. Добролюбова.

Материалы второго тома сборника направлены на анализ социальных изменений в контексте теорий среднего уровня. Авторы статей исследуют этноконфессиональные маркеры социальных изменений. Изучается динамика массового сознания в цифровом медиаполе. Раскрывается роль педагога в меняющемся мире, прослеживаются трансформации лингвокультурного сознания и речевого поведения в современных дискурсивных практиках.

**Раздел 1**

**Этноконфессиональные маркеры социальных изменений**

**УДК 316.7**

**Виктория Казимировна Борецкая**

**ПРОЦЕССЫ СЕКУЛЯРИЗАЦИИ И ДЕСЕКУЛЯРИЗАЦИИ**

**НА ПРИМЕРЕ РЕЛИГИОЗНОСТИ БЕЛОРУССКИХ,**

**РОССИЙСКИХ, УКРАИНСКИХ, ПОЛЬСКИХ СТУДЕНТОВ**

***Гомельский государственный технический университет***

***имени П.О. Сухого, Республика Беларусь***

*Статья посвящена анализу процессов секуляризации и десекуляризации в контексте исследования феномена религиозности студенческой молодежи. Исследуются результаты определения религиозной принадлежности и самоидентификации белорусских, российских, украинских и польских студентов.*

***Ключевые слова.*** *Секуляризация, десекуляризация, феномен религиозности, религиозная самоидентификация, студенческая молодежь, мировоззрение.*

Процессы секуляризации в обществе означают снижение влияния религии в обществе и индивидуальном сознании. Соответственно, десекуляризацию определяют как возрастание социальной значимости религии. Данные процессы не являются линейными, современные исследователи выявляют их возвратные, маятниковые, взаимодополняющие тенденции.

Ю. Хабермас отмечает, что секуляризацию следует понимать как двоякий процесс, предполагающий обучение, взаимопроникновение религиозного и светского [Хабермас 2006: 67]. Фактически процессы секуляризации приводят к процессам десекуляризации, и наоборот.

Согласно концепции К. Добеллера, процессы секуляризации проявляются на трех уровнях [Dobbelaere 1981], соответственно и процессы десекуляризации будут обнаруживаться на разных уровнях. «Макроуровень» затрагивает процессы в обществе, «мезоуровень» – процессы в религиозных организациях, и «микроуровень» – изменения индивидуального сознания. Одним из показателей, которые указывают на вектор данных процессов на микроуровне, являются показатели религиозного самоопределения.

Процессы десекуляризации, расширение влияния церкви на уровне отношений «церковь – государство» могут приводить к процессам секуляризации на уровне общественного и индивидуального сознания, и наоборот – агрессивная регламентация религиозной сферы со стороны государства, ущемление прав верующих, вмешательство государства во внутренние дела религиозной организации могут способствовать усилению авторитета религии, религиозной организации и приводить к процессам десекуляризации.

В контексте одновременного существования светского и духовного, своеобразного маятника процессов секуляризации и десекуляризации актуальным является исследование религиозности молодежи. Каких взглядов и позиций придерживается современная молодежь в условиях постиндустриального общества, множественности мировоззренческого выбора, который строго не регламентируется государством и обществом, как это было в эпоху воинствующего атеизма и агрессивного антиклерикализма?

Второе десятилетие XXI века ознаменовалось неоднозначными событиями в религиозной сфере как в славянских странах, так и в странах Западной Европы, которые оказали влияние на религиозные процессы в обществе. Можно привести примеры процессов секуляризации и десекуляризации, хотя одни и те же события могут быть истолкованы как уменьшение влияния церкви на общественное сознание в силу политизации религии и, как следствие, уменьшение количества приверженцев, так и как расширение её влияния в силу формальной поддержки государством и популяризации религиозных взглядов, позиций, заявлений представителей церковной иерархии, в том числе через государственные СМИ. Примером может быть поддержка государственных властей при формировании структуры Украинской православной церкви (Киевского патриархата) и оказании помощи для укрепления её канонических позиций в международном православном сообществе. Представители украинского правительства, по мнению политолога А. Козырской, начиная с первого президента Украины Л. Кравчука, придерживались убеждения, что именно православная церковь, независимая от Московского патриархата, должна стать интегрирующей силой для украинского общества постсоветского периода [Kozyrska 2014].

В России таким неоднозначным событием было введение в 2012 году во всех регионах в школьную программу 4–5-х классов учебного модуля «Основы православной культуры». Идея была замечательная – познакомить учащихся с основами вероучения, культовой практики, историей православия в России. Введение курса в определенной мере решало задачу снижения уровня религиозной безграмотности среди молодого поколения и защиты от манипуляций со стороны деструктивных сект и сторонников религиозного фундаментализма. Вероятнее всего, сам факт обязательности выбора одного из модулей комплексного курса «Основы религиозных культур и светской этики», ориентированность модуля «Основы православной культуры» на формирование патриотических ценностей, с акцентированием позиции православия как основного интегрирующего фактора для российского сообщества, вызвал неоднозначную реакцию родителей и учеников. По мнению российского философа С.А. Королева, процессы десекуляризации в современном российском обществе проявляются как «движение в сторону возврата религиозной монополии» [Королев 2015: 8].

Конфессиональная ситуация в Беларуси, по мнению белорусского религиоведа В.А.Одиноченко, имеет свои характерные черты, а именно – признание поликонфессиональности на законодательном уровне и присутствие толерантности на уровне общественного сознания. Следует отметить, что на уровне законодательства признается особая интегрирующая роль Белорусской православной церкви Московского патриархата в становлении и развитии белорусского общества. За последнее десятилетие больше всего по сравнению с другими религиями и конфессиями увеличилось количество религиозных общин БПЦ МП, при этом религиозность белорусов, как отмечает В.А. Одиноченко, «имеет декларативный характер и не подтверждается повседневными практиками» [Адзіночанка 2018: 8], религиозная принадлежность не является основой мировоззрения.

Для польского общества болезненным стало принятие закона об абортах. Суть закона в регламентации причин, по которым может быть разрешена данная процедура в соответствии с медицинскими показаниями. Продвижение закона об абортах лоббировали в том числе и представители епископата Римско-Католической церкви в Польше. Мнение польского общества разделилось, что привело к массовым протестам, в которых участвовали как молодежь, так и люди среднего возраста. Данные общественные процессы отразились на снижении религиозности и авторитета церкви в общественном сознании поляков. Осознанный моральный выбор женщины в пользу сохранения жизни ребенка, даже в случае, когда диагноз врачей неоднозначен, не может превратиться в обязательство, которое регламентируется государственным законом. Гораздо большее влияние имела бы РКЦ в Польше, расширяя деятельность волонтерских центров, оказывающих психологическую и материальную помощь матерям в ситуации сложного экзистенциального выбора.

В настоящем исследовании в качестве критериев для сравнительного анализа религиозности студенческой молодежи из Беларуси, России, Украины и Польши были изучены религиозная принадлежность и самоидентификация студентов. Эмпирической базой исследования является выборочный социологический опрос среди студентов и магистрантов дневной и заочной форм обучения, проживающих в Гомельской области Беларуси, Московской и Тюменской областях России, Киевской и Черниговской областях Украины и воеводстве Малопольском (административный центр – Краков) в Польше. Данное исследование проводилось в 2017–2019 годах. Выборочная совокупность включает 300 респондентов среди белорусских студентов, 150 – среди российских, 110 – среди украинских и 305 – среди польских студентов. Опрошенные были в возрасте от 17 до 37 лет.

При анализе религиозной или конфессиональной принадлежности студентов в настоящем исследовании внимание акцентировалось на ответах большинства, а именно: какое количество идентифицирует себя как «православные», «католики», «мусульмане», «христиане» и «атеисты». По нашему мнению, соотношение этих показателей в большей степени свидетельствовало о тенденциях секуляризации или десекуляризации в студенческой среде. Следует учитывать конфессиональную ситуацию, складывающуюся в государствах, где проживают респонденты. В Беларуси, России, Украине религиозное большинство будут составлять православные, в Польше это католики.

Среди белорусских респондентов 50% определили себя как «православные», 4,3% – как «христиане», 30,3% – как «атеисты». Соответственно среди российских студентов 30% декларировались как «православные», 23% – «христиане», 13% – «мусульмане», 23% – «атеисты». Ответы украинских студентов несколько отличаются: 46% написали, что считают себя «христианами», 19% – «православными», 17% – «атеистами». Возможно, в данных ответах мы наблюдаем реакцию украинских студентов на конфронтацию, которая существует между Украинской православной церковью Московского патриархата, Украинской православной церковью Киевского патриархата и Украинской православной автокефальной церковью. Студентам легче себя идентифицировать с христианами или, как писали некоторые студенты, с «православными христианами» в условиях сосуществования различных православных церквей, границы между которыми только формируются. Ответы польских респондентов существенно отличаются от ответов их восточных соседей, а именно 77% считают себя католиками, 1% опрошенных – христианами и 8,3% – атеистами.

Наибольшее количество студентов, которые обозначили себя как «атеисты», было среди белорусских студентов. Наименьшее количество респондентов, которые декларировались «атеистами», было среди поляков, соответственно, и большее количество респондентов, определяющих себя как приверженцы, последователи определенной конфессии, тоже было среди польских студентов. Следует отметить, что многие польские исследователи указывают на снижение религиозности молодежи в нулевые ХХI века, особенно эти процессы стали заметны после смерти папы римского Иоанна Павла II [Pawlina 2002; Tułowiecki 2012]. В социологии религии, религиоведении, богословии даже используется термин «поколение Иоанна Павла II» для обозначения поколения, юношеские годы которого прошли в 80–90-е гг. ХХ века, когда был явный религиозный подъем в польском обществе и папа римский Иоанн Павел II, поляк по происхождению, был явным религиозным лидером для своих соотечественников. Процессы, происходящие в польском обществе в эти десятилетия конца ХХ века, можно охарактеризовать как интенсивные процессы декоммунизации и десекуляризации. Поначалу это была борьба, а потом отказ от всего, что было связано с идеями марксизма-ленинизма, в том числе атеизма и секуляризации. Следует подчеркнуть, что, помимо наметившегося снижения авторитета церкви и религиозности среди польской молодежи во втором десятилетии ХХI века, показатели ее религиозной самоидентификации все равно выше, чем у восточных соседей.

Похожее распределение ответов с выраженным преобладанием религиозных настроений среди польской студенческой молодежи можем наблюдать и при ответе на вопрос «Считаете ли Вы себя человеком верующим?» (см. табл. 1). Более трети среди белорусских респондентов (37,7%) утвердительно ответили на данный вопрос, 27,3% ответили отрицательно, 35% затруднились дать ответ. Среди российских респондентов большее количество, чем среди белорусских, считают себя верующими (47,8%), неверующими – 25,7% и 26,5% затруднились с ответом. Схожи с ответами белорусов ответы украинских студентов: 37,5% определили себя как «верующие», 27% – «неверующие», 35,7% затруднились дать ответ. Среди польских респондентов верующими себя считают 67% опрошенных, неверующими – только 11% и затрудняются с ответом 22% студентов. Интересно, что 2 студента определили себя как «ищущие», т.е. находятся в процессе самоопределения по отношению к феномену религиозности. Заметим, что более трети белорусских и украинских респондентов затруднились с определением себя как «верующего» или «неверующего».

*Таблица 1*

**Распределение ответов респондентов на вопрос:**

**«Считаете ли Вы себя человеком верующим?»**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *№*  *п/п* | *Варианты ответов* | *Белорусские студенты* | *Российские студенты* | *Украинские студенты* | *Польские студенты* |
| 1 | Да | 37,7 | 47,8 | 37,5 | 67 |
| 2 | Нет | 27,3 | 25,7 | 27 | 11 |
| 3 | Затрудняюсь ответить | 35 | 26,5 | 35,5 | 22 |
|  | Вместе | 100 | 100 | 100 | 100 |

Позиционирующих себя как верующие среди польских студентов значительно больше, чем среди белорусских, российских и украинских студентов. Данное явление можно объяснить различными условиями существования религиозных организаций в советское время на территории Беларуси, России, Украины и Польши. Религиозные традиции, опыт передачи знаний о религии в большей степени сохранился у жителей Польши. Польское общество не переживало кровавых репрессий в отношении религии, церкви, священнослужителей. Можно утверждать, что процессы секуляризации на микроуровне в советский период в меньшей степени затронули польское общество в отличие от стран-соседок. Во второй половине 80-х годов ХХ века в Польше в общеобразовательный процесс был введен курс о религии, который успешно преподается по настоящее время. Родители вместе с детьми определяют характер данного курса, будет он иметь конфессиональный характер или это будет светская этика. Сформировались методика преподавания и кадровый потенциал. Конфессиональный курс имеют право преподавать священники или учителя, которые прошли курс богословия.

Обращает на себя внимание то, что в ответах белорусских, российских, украинских студентов, равно как и польских, наблюдается несоответствие между определением своей религиозной принадлежности и самоидентификацией себя как человека верующего. Результаты анализа ответов респондентов показывают, что верующих среди респондентов меньше, чем приверженцев различных религий и конфессий. Авторы статьи сопоставили сумму показателей религиозной принадлежности к разным конфессиям и религиям с показателями самоидентификации верующих. Коэффициент данного несоответствия у польских респондентов – 1,19 (80% к 67%) – ближе к единице, чем у белорусских – 1,44 (54,3% к 37,7%), российских – 1,38 (66% к 47,8%) и украинских – 1,74 (65,6% к 37,5%) студентов. Сопоставление вышеназванных показателей подтверждает факт наличия замены религиозной самоидентификации культурной или ментальностной у респондентов из всех стран. В меньшей степени данное явление выражено у польских студентов, в большей степени – у украинских. Подмена религиозной самоидентификации культурной указывает на процессы десекуляризации на макроуровне. У польских респондентов данный показатель стремится к показателю 1, т.е. наибольшему совпадению религиозной и конфессиональной самоидентификации, что может свидетельствовать о более высоком уровне их религиозной грамотности, чем у восточных соседей, равно как о снижении интенсивности процессов десекуляризации на макроуровне. Можно предположить, что украинские студенты в настоящее время находятся в большей степени под влиянием процессов десекуляризации на макроуровне, поэтому более половины идентифицируют себя как «христиане» или «православные», но при этом только треть идентифицирует себя как «верующие».

В ходе исследования выявлено, что среди российских, украинских и польских представителей студенческой молодежи количество тех, кто идентифицирует себя как «неверующий», больше, чем количество тех, кто идентифицирует себя как «атеист». Понятие «неверующий» воспринимается и как ищущий истину, это может быть агностик, деист – такие ответы тоже давали опрошенные студенты. Коэффициент соотношения данных показателей у российских респондентов – 1,1 (25,5% «неверующих» к 23% «атеистов»), украинских – 1,8 (27% к 15%), польских – 1,3 (11% к 8,3%). Наибольшее совпадение ответов «неверующий» и «атеист» наблюдается у российских студентов. Существенным образом отличаются белорусские студенты: тех, кто определил себя как «неверующий» (27,7%), меньше, чем тех, кто определил себя как «атеист» (30,3%). Примечательно, что среди ответов белорусских студентов были противоречивые: «верующий атеист», «сомневающийся атеист». Возможно, в представлении студентов понятия «атеист» и «антиклерикал» являются тождественными. Данную ситуацию можно объяснить достаточно высоким уровнем религиозной безграмотности среди белорусской молодежи, что может способствовать негативным явлениям в контексте духовной безопасности, особенно в условиях процессов десекуляризации на макроуровне. Другими словами, в сознании молодежи создается положительный образ религии, но не объясняется сущность данного феномена. Существует опасность подмены религиозных ценностей псевдорелигиозными.

Необходимо также отметить, что белорусская молодежь наименее охвачена процессами религиозного просвещения и катехизации. В школах была попытка введения факультативного курса «Основы православной культуры», без альтернативы выбора похожего курса по изучению светской этики или других конфессиональных культур, традиционных для Беларуси. В настоящее время данный вопрос снова обсуждается не только на уровне Министерства образования РБ, но и предоставлена возможность для обсуждения родителям школьников и педагогам. Вопрос, в какой степени белорусские школьники, их родители и учителя воспользуются возможностью обсуждения и повлияют на принятие решения Министерством образования РБ, остается открытым.

Результаты проведенного исследования среди белорусских, российских, украинских и польских студентов показывают наличие замены религиозной идентификации культурной. В большей степени данное явление проявляется у украинских респондентов, в меньшей степени – у польских. Среди белорусских респондентов «атеистов» оказалось больше, чем тех, кто декларировался как «неверующий».

Результаты исследования свидетельствуют о противоречивости и многовекторности процессов секуляризации и десекуляризации, которые отражаются не только на социальных процессах, но и на характеристиках религиозности.

**Литература**

*Королев С.А.* Секуляризация и десекуляризация в контексте концепции псевдоморфного развития России // Философская мысль. 2015. № 4. С.1-54.

*Хабермас Ю., Ратцингер Й. (Бенедикт ХVI)* Диалектика cекуляризации. О разуме и религии. Москва: Библейско-богословский ин-т св. апостола Андрея, 2006. 112 с.

*Адзіночанка В.А.*Трансфармацыі рэлігійнай сітуацыі ў сучаснай Беларусі: праблемы, перспектывы, шляхі // На пороге столетия белорусской государственности: социогуманитарный аспект: материалы межвуз. кругл. стола, 6 декабря 2018 г., г. Барановичи, Респ. Беларусь / редкол.: А.В. Демидович (гл. ред.), А.В. Демидович (отв. ред.), З.Н. Козлова и др. Барановичи: РИГ БарГУ, 2018. С. 7-11.

*Dobbelaere K*. Secularization: a Multi-Dimensional Concept // Current sociology. 1981. V. 29 (2). P. 1-216.

*Kozyrska A.* Pluralizm wyznaniowy a integracja narodu ukraińskiego po 1991 roku. Toruń: Europejskie Centrum Edukacyjne, 2014. 451 s.

*Pawlina K*. Religijność polskiej młodzieży. URL: https://www.katolik.pl/religijnosc-polskiej-mlodziezy,1156,416,cz.html/ (дата обращения: 27.12.2020).

*Tułowiecki D.* Bez Boga, Kościoła i zasad? Studium socjologiczne nad religijnością młodzieży. Kraków: Wydawnictwo Petrus, 2012. 512 S.

**Victoria K. Boretskaya**

**SECULARIZATION AND DESECULARIZATION PROCESSES**

**ON THE EXAMPLE OF RELIGIOSITY**

**OF BELARUSIAN, RUSSIAN, UKRAINIAN, POLISH STUDENTS**

***Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus***

*The article is devoted to the analysis of the processes of secularization and desecularization in the context of the study of the phenomenon of religiosity of students. The results of determining the religious affiliation and self-identification of Belarusian, Russian, Ukrainian and Polish students are studied.*

***Keywords.*** *Secularization, desecularization, the phenomenon of religiosity, religious self-identification, student youth, worldview.*

**УДК 316.7**

**Али Исхан Генк**

**СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОЙ**

**СРЕДЫ И СПЕЦИФИКА БИЗНЕС-ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

**С ТУРЕЦКИМИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ**

***Нижегородский государственный лингвистический университет   
имени Н.А. Добролюбова***

*В статье рассматривается информация о кодексе этики в Турции и о том, что вы должны обязательно учитывать при проведении деловых переговоров с представителями турецкого биснеса, чтобы ваше сотрудничество стало успешным и долговременным.*

***Ключевые слова.*** *Турция, переговоры, деловой этикет.*

В условиях современного мира деловым людям приходится вести переговоры с партнерами из других стран, если они хотят выйти на международные рынки и расширить свое влияние. Одной из стран, привлекательной для сотрудничества, является Турция.

Российский менталитет сильно отличается от турецкого, поэтому, собираясь на деловые переговоры в Турцию, необходимо изучить ее культурные особенности и традиции, чтобы иметь успех в деловом сотрудничестве с партнерами из этой страны.

Умение подготовить и правильно с протокольно-этической точки зрения провести переговоры – существенный показатель профессиональной деловой культуры. Поэтому так важно понимать особенности ведения делового общения с представителями турецких компаний и организаций.

Турция – традиционно гостеприимная страна, поэтому если вы едете на переговоры в Турцию, то, скорее всего, вас пригласят в офис, причем формы приема могут быть различные, они зависят от цели вашего визита: установление контактов, проведение переговоров, подписание соглашений или документов. Если вы сами являетесь главой организации, то вас тоже будет встречать глава, если при этом в вашем визите будет участвовать супруга, то и глава встречающей стороны будет с супругой.

Во время вашего визита обязательно будут запланированы неофициальные встречи, такие встречи принято организовывать как принимающей стороной, так и гостями. Если вы приехали в Турцию для совместного бизнеса с турецкими предпринимателями, вас обязательно пригласят на ужин. Турки – чрезвычайно гостеприимные люди в отношении иностранных гостей. И хотя это не официальное мероприятие, бизнес-ужин будет иметь большое значение для итогов всех переговоров.

В Турции во время приема гостей первыми представляются представители принимающей стороны, потом – гости. Вначале представляют мужчин, а потом женщин, в отличие от России, где сначала представляют женщин, если они есть в делегации.

При встрече в Турции, как и в любой другой европейской стране, принято приветствовать друг друга рукопожатием и обменом визитными карточками, которые следует тщательно изучить в знак уважения и приличия.

К сожалению, очень многие, включая переводчиков, допускают серьезную ошибку, начиная приветствовать турецкую сторону словами «Салам Алейкум». Турция – светская страна, поэтому в организациях не принято исламское приветствие. Лучше сказать *Merhaba!*, что переводится как «Здравствуйте».

В Турции до сих пор большое значение имеют личные и семейные связи. Очень часто во главе организации стоит «семья», и на руководящие должности назначают не за заслуги, а по родству. Чтобы наладить контакт с турецким бизнесом, нужно иметь в виду, что вас будут прощупывать с самой первой встречи, большинство вопросов будет решаться не в официальных беседах, а в неформальной обстановке и симпатии будут играть немаловажную роль.

Кроме того, нужно помнить, что в Турции не принято торопиться в делах, особенно в переговорах. Турецкая пословица гласит: *Acele işe şeytan karışır*, что значит: «Поспешишь – людей насмешишь!». Турки любят поговорить «о том – о сем», они неторопливы и созерцательны. Поэтому во время переговоров не стоит следовать жесткому регламенту и ставить временные рамки, в турецкой культуре гораздо важнее человеческий фактор и человеческие отношения. Хороший результат возможен только в атмосфере взаимного уважения и доверия, поэтому не спешите сразу обсуждать самые важные вопросы, сначала покажите, что вы открыты, готовы к дружбе, а также убедите партнеров в наличии взаимной выгоды и наберитесь терпения.

Механизм принятия решения в Турции может работать очень медленно, возможно, придется встречаться и вести переговоры много раз, прежде чем турецкая сторона примет окончательное решение. Однако если вас приняли    – это будут крепкие партнерские отношения.

Турки очень ценят искренность и открытость, поэтому стоит показывать свое расположение. Если во время переговоров партнер придвигается к вам, сокращает расстояние между вами – это хороший знак, доказательство того, что вы понравились и, скорее всего, ваши переговоры пройдут успешно. Тем не менее вас будут проверять «со всех сторон», в Турции считается, что к вопросам выбора делового партнера нужно подходить очень тщательно, даже более серьезно, чем к выбору жены.

В Турции принято торговаться, но к решению финансовых вопросов ни в коем случае нельзя переходить сразу, только после вежливого вступления. Говорите кратко и по делу, слегка завышая цену, чтобы всегда можно было пойти на уступки. Не торопите события, в Турции не принято на первых же переговорах показывать свое истинное отношение, поэтому всегда есть смысл договариваться о дальнейших встречах.

В заключение хочется отметить, что Турция занимает особое место среди мусульманских стран, нигде в исламском мире нет такого светского законодательства.

Особо строгих религиозных запретов в Турции нет, однако культура ведения переговоров здесь имеет ярко выраженный восточный колорит, что во многом объясняется сохранением культурных традиций, которые неизменно почитаются турками. Следование западному образу жизни в большинстве случаев представляет собой некий антураж, за которым скрывается весьма патриархальное содержание. И это нужно хорошо знать и обязательно учитывать, если вы решите вести деловые переговоры с представителями Турции.

**Ali Ishan Genk**

**SOCIO-CULTURAL FEATURES OF THE BUSINESS**

**ENVIRONMENT AND THE SPECIFICS OF BUSINESS INTERACTION**

**WITH TURKISH ENTREPRENEURS?**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*This article discusses information about the code of business conduct in Turkey and what you must consider when conducting business negotiations with representatives of Turkish business. To make your cooperation successful and long-term.*

***Keywords.*** *Turkey, negotiations, business etiquette.*

**УДК 32**

**Анна Андреевна Горюнова**

**ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ В КОНТЕКСТЕ**

**НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ: ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ**

**И ЭТНОПОЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

***Нижегородский государственный лингвистический университет   
имени Н.А. Добролюбова***

*В статье анализируются особенности взаимовлияния политики и тех вызовов современности, которые оказывают непосредственное влияние на человека и развитие общественных процессов, являясь условием социализации личности, фактором влияния на физическое и психологическое состояние человека, отражают степень его ответственности перед собой, своими близкими, своей страной, являются средством обеспечения связи между людьми и регламентации коммуникационных процессов. Доказывается, что направленность развития таких вызовов, как экологический и миграционный кризисы, короновирусная пандемия и проблемы цифровизации, определяется непосредственной их связью с политическими проблемами общественного развития, в силу чего они рассматриваются в контексте национальной безопасности.*

***Ключевые слова.*** *Вызовы современности, экология, миграционные процессы, короновирусная пандемия, цифровизация, национальная безопасность.*

Вызовы современности определяются в документе «Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации (утв. Указом Президента РФ от 1 декабря 2016 г. № 642)» как «объективно требующая реакции со стороны государства совокупность проблем, угроз и возможностей, сложность и масштаб которых таковы, что они не могут быть решены, устранены или реализованы исключительно за счет увеличения ресурсов» [Стратегия НТР РФ 2016]. Очевидно, что политический аспект проблемы вызовов выходит за пределы указанного документа, хотя по сути своей он весь комплекс современных общественных процессов в условиях обострения международной обстановки и некоторых внутренних противоречий «подтягивает» к области основных показателей, признаков и противоречий политической сферы жизни общества. В этой связи в документе «Стратегия национальной безопасности РФ….» говорится о необходимости исследования феномена «нового мира» с присущим для него многообразием возможностей и средств воздействия на человека [Стратегия НБ РФ 2015] .

К примеру, если рассмотреть определяющие признаки и формы проявления современного экологического кризиса в предлагаемом контексте вовлечения отношений «человек – природа» в сферу политики, то реальная практика развития науки стала причиной появления множества кризисных ситуаций, усиливающих негативное воздействие технологических процессов и развития производства на окружающую среду. Эти процессы подвели человечество к пониманию конечности ресурсов живой природы и необходимости выстраивания новой системы отношений «мир – человек», а также поиску оснований новой парадигмы, устанавливающей реальные связи и зависимости мира окружающей природной среды, т.е. среды обитания человека как биологического существа, с одной стороны, а с другой, – мира социокультурных связей и отношений и всего того многообразия духовных и материальных ценностей, комплекс которых составляет сферу социокультурных процессов. Эффективность данных процессов определяется экологической активностью общества, а также формированием природно-экологического каркаса регионов [Стратегия развития НО 2016: 25].

Известно, что возникшая в XVII веке парадигма, направленная на практическое освоение окружающей среды, на подчинение природных ресурсов в угоду человеку и бизнесу, объективно начала давать сбои, проявлять развитие кризисных тенденций, вызывающих глубокие опасения относительно перспектив дальнейшего развития прагматического подхода к проблеме природопользования [Савруцкая 2019].

Отказ от наивного антpопоцентризма в пользу приоpитетов пpиродных фактоpов подвел к необходимости разработки нового подхода к проблеме человека, приоритетные ценности которого косвенно определяются через cохранение природной cреды его существования.

Сохранение современной цивилизации связано с формированием экологического мировоззрения и экологической культуры, определяющих понимание обществом значимости восстановления природы как главного фактора дальнейшего развития человечества [Дорошко 2012: 51].

Согласно «Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию», принятой указом президента 1 апреля 1996 года, переход России к устойчивому развитию базируется на принципах декларации по окружающей среде, изложенных на Конференции ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, 1992 г.). Достижение устойчивого развития общества и выполнение этих принципов на практике возможно только в государстве, заботящемся о безопасности его граждан и осуществляющем политику принятия мер, направленных на предупреждение ухудшения окружающей среды. В проекте «Стратегии экологической безопасности Российской Федерации на период до 2025 года» предусмотрено повышение роли СМИ, системы образования и других социальных институтов в обеспечении экологической безопасности государства и общества как одного из основных направлений государственной политики по обеспечению комплексной безопасности в области природопользования.

Современный мир повернулся лицом к экологическим проблемам, о чем говорится в разделе 3, пункте 24 «Стратегии национальной безопасности РФ», что поддержание экологии живых систем и рациональное природопользование достигается «за счет сбалансированного потребления, развития прогрессивных технологий и целесообразного воспроизводства природно-ресурсного потенциала». По мере того, как экологические проблемы все более приобретают глобальный характер, все более отчетливо проявляется со стороны государств тенденция определить свою экологическую политику, отрегулировать использование природных ресурсов и финансовых возможностей их восстановления. Иначе говоря, политический аспект, встраиваясь в систему экологических проблем, поднимает решение этих проблем на уровень государственного и межгосударственного регулирования

В сентябре 2019 года число поисковых запросов в *Google* на тему изменения климата впервые в истории превзошло интерес интернет-пользователей к популярным сериалам. Главной героиней светских бесед и споров в социальных сетях тогда же стала шведская школьница-активистка Грета Тунберг – ее обличительная речь с трибуны ООН заставила массовую аудиторию задуматься о влиянии потребительских привычек на окружающую среду.

В последнее время в связи с углубляющимся экологическим кризисом, все более принимающим глобальный характер, в лексике экологических проблем довольно широкое распространение получил термин «экологическая политика». В содержание данного понятия вкладываются смыслы и значения, связанные с необходимостью регулирования возможностей как использования природных ресурсов, так и обеспечения финансовых ресурсов для их восстановления. Субъектами экополитики являются государства, политические партии, научно-исследовательские организации, общественные движения. К примеру, созданная в 1968 году в Италии неправительственная организация «Римский клуб», целью которой был объявлен поиск и исследование глобальных проблем современности, в том числе изучение так называемой системы «общество – природа». Или существующие почти в 90 странах партии «зеленых», в список руководящих принципов которых наряду с социальной справедливостью, организованными общественными действиями, отказом от насилия, устойчивостью и уважением к разнообразию включен принцип экологической мудрости.

Таким образом, следует констатировать, что экополитика с ее четко выраженной установкой на экологию живых систем и рациональное природопользование в настоящее время существует в системе государственного управления, возникнув в ответ на отнесение экологических проблем к сфере глобальных вызовов современности.

Что касается современных миграционных процессов, рассматриваемых в контексте глобального миграционного кризиса, то политический аспект данной сферы социальной и виртуальной реальности представлен в них в наибольшей степени очевидности. И эта особенность рассматриваемого феномена позволяет отнести его к области одного из очень сложных вызовов современности, политический аспект которого вписывается как в стратегию государственной национальной политики, так и в программу молодежной политики, рассматриваемых под углом зрения национальной безопасности. Так, в разделе II, пункте 10 говорится о необходимости рациональной организации миграционных потоков, рассматривая этот вопрос в контексте обеспечения национальной безопасности в области повышения качества жизни российских граждан. При этом в разделе IV, пункте 48 обострение мировой демографической ситуации и проблемы окружающей природной среды связываются с неконтролируемой и незаконной миграцией.

Данный подход к рассматриваемому феномену глобального миграционного кризиса и т.д. объясняется тем, что миграционные процессы «тянут» за собой массу трудно предсказуемых последствий, непосредственно связанных с политической сферой жизни общества – политическими коммуникациями, межнациональными отношениями, проявлениями религиозной нетерпимости, связями с террористическими организациями и т.д. В этой связи проблемы миграции стали предметом особого внимания со стороны отечественных и зарубежных исследователей, политических властей, общественности.

Образуемые мигрантами замкнутые этнокультурные пространства обеспечивают сохранение единства языка, традиций и норм общения, особенностей бытовой культуры, ограничивая тем самым возможности их интеграции в культурно-коммуникативное пространство титульных наций, обеспечивая тем самым существование в скрытом или явном виде основания для конфликтов. В этой связи в «Стратегии национальной безопасности РФ» (пункт 61) отмечается, что для противодействия угрозам национальной безопасности необходимо сокращение неформальной занятости и легализация трудовых мигрантов «с учетом их этнических, языковых, культурных и конфессиональных различий, включая совершенствование миграционного учета,… а также … обоснованное территориальное распределение трудовых мигрантов исходя из потребностей регионов в трудовых ресурсах».

Политический аспект больших вызовов современности отчетливо выражен в таких сложнейших явлениях сегодняшнего дня, как короновирусная пандемия и связанная с ней война вакцин, а также формирование «нового цифрового мира», новой цифровой культуры, исследование особенностей влияния которой на человека и традиционные формы национальных культур лишь только начинается.

Прежде всего возникает вопрос: в какой степени комплекс проблем, определяющий особенности коронавирусной пандемии и «нового цифрового мира», цифровой культуры, могут рассматриваться под углом зрения больших вызовов современности, неся в себе значительный заряд политического характера? На наш взгляд, в силу того влияния, которое названные явления современной жизни оказывают на человека и развитие общественных процессов, порождая новые формы коммуникации, а также новые виды нравственной ответственности и мотивации поведения, рассматриваемый феномен пандемии и сопровождающие ее вирусные войны, безусловно, следует отнести к сфере вызовов современности. При этом политические аспекты возникшей ситуации подводят к осознанию человечеством факта необходимости консолидации совместных усилий всех стран мира на борьбу с создавшейся глобальной эпидемиологической ситуацией. Эта сторона проблемы больших вызовов современности была затронута президентом РФ В.В. Путиным в выступлении на экономическом форуме в Давосе 27 января 2021 года: «необходимо объединять и координировать усилия всего мира в борьбе с распространением заболевания и повышении доступности столь необходимых сейчас вакцин от коронавируса» [Kremlin.ru 2021].

Очевидно, что политический аспект этой проблемы необходимо рассматривать под углом зрения национальной безопасности, отметив тот факт, что задолго до начала пандемии (а именно на момент принятия документа «Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года», утверждена Указом Президента Российской Федерации от 12 мая 2009 г. № 537 http://base.garant.ru/195521) среди факторов обеспечения национальной безопасности в сфере здравоохранения и здоровья нации перечисляются наряду со многими другими такие факторы, как: ликвидация предпосылок эпидемий, «за счет разработки и реализации перспективных технологий и национальных программ государственной поддержки профилактики заболеваний» [Стратегия НБ РФ 2015]. О политизации этой проблемы свидетельствует и появление новых понятий, несущих в себе смыслов политической борьбы, развернувшейся вокруг проблемы необходимости и возможности вакцинации населения стран мира против коронавирусной эпидемии и различных вариантов ее видоизменений. Даже краткое перечисление этих лингвистических новообразований – вакцинный фашизм, вакцинное эмбарго, вакцинный национализм, вакцинный экстремизм – свидетельствует о той напряженной политической ситуации, сложившейся вокруг феномена пандемии и средств борьбы с ней. Что касается экономических и социальных последствий современной эпидемиологической ситуации в мире, то «пандемия коронавируса только обострила эти проблемы. В прошлом году падение глобальной экономики стало максимальным со времён Второй мировой войны. Потери рынка труда «… к концу прошлого года составили 250 миллионов утраченных рабочих мест. Это большая и очень тревожная цифра. Только за первые девять месяцев прошлого года потери трудового дохода в мире составили 3,5 триллиона долларов. И этот показатель продолжает расти. А значит, растёт и социальная напряжённость в обществе» [Шмидт, Коэн 2013].

Что касается нового цифрового мира, то, несмотря на присущие для него контуры влияния на человека, на весь комплекс научных, технологических и социокультурных проблем, цифровизация как целостное явление современной жизни и условие выживаемости человечества еще не сложилась [Халин, Чернова 2018].

Многообразие форм процесса цифровизации – появление нового языка социальных коммуникаций, ослабление их этического содержания, визуализация жизненного пространства как определяющий способ его познания, преобладание клипового мышления, фрагментарность культуры и жизненных установок и ценностей и т.д. – позволяет признать факт появления новой формы реальности, нового вида культуры, существующих параллельно с традиционными сферами социальной и природной реальности, нередко замещая, вытесняя последние из сферы трудовой, государственной, образовательной, досуговой деятельности, выполняя роль их технологического приложения. Исследование этих особенностей представлено в монографии Э. Шмидта и Дж. Коэна «Новый цифровой мир» [Шмидт, Коэн 2013]. Об этих же специфических чертах цифровизации как технологическом процессе пишет Кастельс [Кастельс 2000: 277-280].

Однако следует признать, что влияние цифровизации на национальные культуры унифицирует их особенности, изменяет этнокультурные языки и нормы регламентации коммуникационных процессов, способствует разрушению систем культурных кодов, что в значительной степени ослабляет «символическую власть традиционных отправителей сообщений» [Бодрийяр 2011: 212-215].

Политический аспект в рассматриваемом контексте приобретает значительную актуальность при рассмотрении проблемы использования технологических ресурсов в управлении мотивами поведения людей, системой ценностей и канонами нравственной ответственности. Собственно, на этой особенности влияния технологий (в данном случае цифровых) строится система управляемого хаоса и принципов формирования протестного поведения, изложенных в доктринах Дж. Шарпа и Ст. Манна. Иначе говоря, новые технологии, совершенствуя возможности человеческого развития, одновременно создают богатейший арсенал методов и средств манипулирования человеком, свидетельством чему являются события на Украине, в Белоруссии, Грузии, протестные выступления в городах России 23 января 2021 года.

Становление нового мирового порядка происходит в крайне напряженных условиях, когда экономические, экологические, научно-технологические, миграционные, религиозные, национально-культурные, коммуникационные, языковые и эпидемиологические области расширенной объективно-виртуальной реальности оказываются втянутыми в зону политических отношений и процессов, обретая тем самым признаки элементов, относящихся к сфере объективной реальности, рассматриваемой под углом зрения Стратегии национальной безопасности.

**Литература**

Владимир Путин выступил на сессии онлайн-форума «Давосская повестка дня 2021», организованного Всемирным экономическим форумом // Kremlin.ru. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/64938> (дата обращения: 15.02.2021).

*Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. 4-е изд. М.: «Добросвет», «Издательство КДУ», 2011. 353 c.

*Дорошко О.М.* Современные подходы к определению понятия «Экологическая культура» // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. № 9. С. 45-55.

*Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 316 c.

Об утверждении Стратегии развития Нижегородской области до 2020 года. URL: <http://docs.cntd.ru/document/944926294> (дата обращения 15.02.2021).

*Савруцкая Е.П.* Последствия глобального миграционного кризиса: социокультурный аспект // Человек в системе коммуникации. Проблемы интеграции мигрантов в коммуникативное пространство европейской цивилизации: Материалы XIII международной научно-практической конференции 15-16 мая 2019 года. С. 18-31.

Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016 г. № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41449> (дата обращения 15.02.2021).

Указ Президента Российской Федерации от 31.12.2015 № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации». URL: <http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_191669/61a97f7ab0f2f3757fe034d11011c763bc2e593f/> (дата обращения 15.02.2021).

*Халин В.Г., Чернова Г.В.* Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Управленческое консультирование. 2018. № 10. С. 46-63.

*Шмидт Э., Коэн Дж.* Новый цифровой мир. Как технологии меняют жизнь людей, модели бизнеса и понятие государства / Пер. с англ. С. Филина. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 368 с.

**Anna A. Goryunova**

**CHALLENGES OF OUR TIME IN THE CONTEXT OF NATIONAL SECURITY: ENVIRONMENTAL AND ETHNOPOLITICAL ASPECTS**

***Linguistic University of Nizhny Novgorod***

*The article analyzes the peculiarities of the mutual influence of politics and those challenges of modernity, have a direct impact on a person and the development of social processes, being a condition for the socialization of a person, a factor of influence on the physical and psychological state of a person, reflect the degree of his responsibility to himself, his loved ones, his country, are a means of ensuring communication between people and regulation of communication processes; It is proved that the directionality of the development of such challenges as the environmental and migration crises, the coronavirus pandemic and the problems of digitalization is determined by their direct connection with the political problems of social development, which is why they are considered in the context of national security.*

***Keywords.*** *Modern challenges, ecology, migration processes, coronavirus pandemic, digitalization, national security.*

**УДК 314**

**Людмила Николаевна Игнатьева**

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ТРАНСФОРМАЦИЯ**

**ЭТНОДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В НЕЗАВИСИМОМ**

**КАЗАХСТАНЕ**

***Нижегородский государственный лингвистический университет   
имени Н.А. Добролюбова***

*Рассматриваются основные проблемы трансформации этнодемографической ситуации в Казахстане после распада Советского Союза; изменение места и роли некоренных народов в структуре населения республики; возрастание интенсивности внешней миграции и её результаты за годы независимости.*

***Ключевые слова.*** *Этнодемографическая ситуация, миграция, межэтнические отношения, эмиграционная ниша.*

Обострившиеся межэтнические отношения на просторах СССР в конце 80-х годов ХХ века напрямую затронули и межэтнические процессы тогда ещё в Казахской ССР. В этот период почти во всех регионах СССР напряженность в межэтнических отношениях выливается в погромы, столкновения, а кое-где и в вооруженные конфликты. Распад Советского Союза усугубляет и так непростую ситуацию в межэтнической сфере. Этнократический принцип стал основой для построения новых независимых государств, возникших на обломках Советского Союза.

В результате на всем постсоветском пространстве кардинально меняется этнополитическая ситуация, характерной чертой которой становится поворот в национальной политике в новых независимых государствах и актуализация межэтнических отношений. Изменения коснулись статуса многих этносов. Устоявшаяся за годы советской власти ситуация в межэтнической сфере претерпела кардинальную трансформацию. Изменениям подверглись все уровни жизнедеятельности: индивидуальный, групповой и межэтнический. Это привело к интенсификации миграционных процессов, участниками которых стали огромные массы населения на постсоветском пространстве. Активно эмигрировать в Россию и за пределы бывшего СССР начинают представители русско-славянского и немецкого этносов. Россия, долгое время бывшая страной-донором для так называемых национальных окраин, превращается в страну-реципиента. А республики бывшего СССР становились странами-донорами для России. Начинается возврат русского населения на свою историческую родину. Втянутым в этот процесс оказался и Казахстан.

Миграционная система претерпевает существенные изменения после обретения Казахстаном независимости. Усиливающийся эмиграционный процесс совпал в республике с социально-экономическим кризисом. Русско-славянское и немецкое население очень болезненно отреагировало на изменившуюся геополитическую и социально-экономическую ситуацию. Так, русских из Казахстана выехало 170 129 чел. в 1993 г., 283 154 чел. – в 1994 г., 160 883 чел. – в 1995 г. При этом отрицательное сальдо русских миграций в 1993 г. составило 123 777 чел., в 1994 г. – 251 934 чел., в 1995 г. – 126 468 чел. [История Казахстана 2001: 412]. Постепенно эмиграционная волна уменьшается, но остается достаточно интенсивной вплоть до начала ХХI века.

За первое десятилетие независимости Казахстана из республики уехало более двух миллионов русских, более полумиллиона немцев, а также значительное количество украинцев, белорусов и других народов. Миграционная активность охватила почти половину населения республики – миграции были как внешние, так и внутренние. На миграцию наложились и другие этнодемографические процессы – это и снижение рождаемости и возрастание смертности. Все это привело к снижению естественного прироста населения.

Геополитические изменения на постсоветском пространстве, совпавшие с экономическим кризисом, обострившиеся на этом фоне межэтнические отношения явились основой глубочайшего стресса для нетитульного населения не только в Казахстане, но и в других республиках бывшего СССР. Оказавшись в новой ситуации, представители этих этносов вынуждены были приспосабливаться к изменившимся реалиям. Для представителей отдельных этносов толчком к принятию решения об эмиграции становилась и политика государств, направленная на возвращение соотечественников, в частности такую политику проводили Германия, Израиль и другие государства.

Миграционные настроения населения Казахстана зависели от восприятия угроз – мнимых и реальных – экономической, социокультурной безопасности. Для одних главными причинами становились экономические проблемы, для других – социокультурная идентичность. На миграционные настроения оказывала влияние и укорененность нетитульных этносов на территории Казахстана. Первая волна миграции вынесла из республики тех, кто оказался там в ХХ веке, и их потомков. Те, кто имел более глубокие корни, остались в стране и составили основу второй эмиграционной волны (2010-е гг.). Также на миграционную активность «пришлого» населения оказывала влияние политика, проводимая государством в экономической, политической, культурной сферах, а особенно – языковой. Ужесточение языковой политики приводило к оттоку наиболее образованной части славянского и других этносов.

Массовая миграция русских, немцев, евреев, украинцев, белорусов и других народов в первое десятилетие независимости Казахстана привело к резкому снижению численности населения республики с 17–17,5 млн человек до 14,9 млн человек по переписи 1999 г. [Агентство РК по статистике]. Стабилизация миграции произойдет только в начале ХХI века. Вторая волна, начавшаяся с 2010-х гг., оказалась значительно меньше по интенсивности, чем миграционная волна 90-х годов ХХ века. Это объясняется сжиманием эмиграционной ниши.

Таким образом, слом политической, социально-экономической системы после распада СССР привел к трансформации этнодемографической ситуации. Первой подверглась трансформации миграционная система, когда на протяжении столетия российское государство регулировало миграционные процессы на территории современного Казахстана. Он, как и другие окраинные республики, являлся реципиентом мигрантов с территории России, в 90-е годы ХХ века ситуация меняется кардинальным образом. Казахстан исторически приобрел эмиграционную нишу, которая с разной степенью интенсивности «сбрасывает» мигрантов в Россию. Такая ситуация характерна для большинства постсоветских государств и является основой их этнодемографического существования.

**Литература**

История Казахстана. Народы и культуры / Н. Э. Масанов и др. Алматы: Дайк-пресс, 2001. 599 с.

Национальный состав населения Республики Казахстан и его областей (том 1) // Агентство Республики Казахстан по статистике. URL: [www.stat.gov.kz/publishing/DocLib/2000/760179.rar](http://www.stat.gov.kz/publishing/DocLib/2000/760179.rar) (дата обращения: 4.10.2020)

**Lyudmila N. Ignatieva**

**MAIN DIRECTIONS AND TRANSFORMATION OF ETHNODEMOGRAPHIC SITUATION IN INDEPENDENT KAZAKHSTAN**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*The main problems of transformation of the ethno-demographic situation in Kazakhstan after the collapse of the Soviet Union are considered. The change of the place and role of the non-indigenous peoples in the structure of the population of the republicis studied. The increase in the intensity of the external migration and its results over the years of independenceis analysed.*

***Keywords.*** *Ethno-demographic situation, migration, interethnic relations, emigration niche.*

**УДК 130.31**

**Алина Георгиевна Краснова**

**КОНФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОЗИЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ**

**ХРИСТИАН В  КОНТЕКСТЕ ПОСТСЕКУЛЯРНОСТИ**

**РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА[[1]](#footnote-1)**

***Южный федеральный университет***

*Рассматриваются характеристики различных форм веры в зависимости от конфессиональной позиции современных верующих, причисляющих себя к христианам. Данные характеристики были выявлены в рамках исследования, проведенного методом феноменологического интервью. Приведены результаты сравнительного анализа существенных черт религиозной веры в зависимости от конфессиональной позиции христиан. Сходства и различия представляется возможным осмыслить с точки зрения постсекулярного характера общества современной России.*

***Ключевые слова.*** *Современное христианство, постсекулярное общество, внеконфессиональное христианство, психологические особенности веры, религиозное сознание.*

Современная религиозная ситуация в России – традиционно поликультурной и поликонфессиональной стране – характеризуется не только многообразием как традиционных, так и нетрадиционных форм религиозности. Религия в настоящее время является настолько значительной сферой жизни нашего общества, что мы можем говорить о его постсекулярном характере.

Постсекулярное общество понимается нами в двояком смысле. Согласно Б. Тернеру, «всякий раз, когда употребляется выражение “постсекулярное общество”, мы должны выяснять, идет ли речь о той секуляризации, которая касается формальных институтов на политическом уровне, или же о той, которая относится к живой религии на уровне социальном» [Тернер 2012: 29]. В нашем исследовании фокус внимания направлен на область социального, на религиозное сознание, как оно представлено в нашем обществе в условиях, когда на уровне политическом происходит возвращение религиозным институтам их формального авторитета.

С одной стороны, мы видим рост этого авторитета на политической и социальной аренах; с другой же стороны, мы видим формализованность этого авторитета. Проведенные нами интервью помогают выявить, насколько в действительности религиозные институты влияют на религиозное сознание современных христиан в России.

В ходе нашего исследования на данном этапе мы провели три десятка интервью с респондентами, постоянно проживающими в России и причисляющими себя к христианам вне зависимости от конфессиональной принадлежности. Метод феноменологического интервью был избран нами неслучайно [Краснова 2020] – его преимущества состоят в такой вариативности и диалогичности, которые позволяют обеспечить результатам исследования необходимую полноту и детализацию.

В исследовании приняли участие респонденты от 18 до 65 лет, иных ограничений по выборке не было. Из тридцати человек, давших интервью, пять человек позиционировали себя как христиан вне конфессии, кто не причисляет себя к какой-либо одной христианской конфессии. В дальнейшем мы так и будем называть их внеконфессиональными христианами. Еще семь человек позиционировали себя как христиан, но невоцерковленных, то есть не посещающих на постоянной основе какую-либо христианскую общину (храм, приход, собрание и т.п.) и не участвующих в церковных таинствах. Остальные наши респонденты-христиане причисляли себя к определенным конфессиям и являлись верующими, участвующими в религиозном культе своей конфессии на постоянной основе.

Итак, если мы разделим респондентов на три группы по признаку их конфессиональной принадлежности, то мы легко увидим, что большинство всё же идентифицируют себя с определенной религиозной группой. Результаты нашего исследования показывают, что психологические особенности религиозной веры у трех представленных групп имеют больше сходного, чем различного. Для наглядности представим результаты в виде таблицы 1.

*Таблица 1*

**Сходства и отличия представлений и установок у различных групп верующих христиан**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сходства и отличия | Группы верующих христиан | | |
| *Христиане вне конфессии* | *Конфессиональные невоцерковленные христиане* | *Христиане определенной конфессии* |
| Сходства | 1. Авторитет религиозных институтов, если он и имеет место в религиозном сознании, является следствием религиозной веры, а не ее причиной. | | |
| 1. Участие в религиозных практиках, коллективных и/или индивидуальных, совершается на основе внутренней потребности и не носит в понимании респондентов формально-обязательного характера. | | |
| 1. Религиозная вера переживается респондентами как внутренняя жизнь души, не всегда или не полностью связанная с жизнью конфессии. | | |
| 1. Религиозная вера «встраивается» в личностную самоидентификацию, тем самым влияя на образ «я», независимо от конфессиональной принадлежности или ее отсутствия. | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сходства | 1. Особенности процесса религиозного обращения, переживания образа Бога, религиозной мотивации зависят от личностных особенностей и религиозного опыта в большей степени, чем от конфессиональной принадлежности. | | |
| 1. Независимо от конфессиональной принадлежности религиозная вера может носить синкретический характер, то есть содержать в себе идеи иных религий и/или философий. | | |
| 1. Независимо от конфессиональной принадлежности религиозная вера может обладать различными характеристиками полноты, вовлеченности, зрелости, осознанности и т.д. | | |
| Отличия | Отсутствие «присвоения» религиозной группы (нет понимания «моя церковь», «моя община» и т.п.). В религиозной жизни человек в целом одинок. | Есть «присвоение», но есть трудности в нахождении своего места в религиозной группе. Иногда сопровождается чувством разочарования и/или некой разобщенности со своей конфессией. | Нахождение внутри религиозной группы. Чувство принадлежности, общности, часто самоидентификация через религиозную группу, чувство «своей стаи». |
| Религиозная вера «персонализована», в большей степени основана на собственном опыте и мнении, меньше опоры на какой-либо внешний религиозный авторитет, хотя такие авторитеты могут быть. | Авторитет конфессии основан в большей степени на учении, чем на социальном институте. Опора больше на вероучительную традицию, чем на актуальную жизнь конфессии. | Авторитет конфессии достаточно крепок, в том числе и авторитет своего религиозного института. Часто он психологически основан на любви и привязанности к своей религиозной группе. |
| Религиозный опыт редко или вообще никак не связан с конфессией и объясняется самими респондентами автономно от конфессий. | Религиозный опыт связывается с определенной конфессией и объясняется часто, хотя и не только, в рамках ее традиции. | Религиозный опыт связывается исключительно со своей конфессией; ее традиция понимается как истинная. |
| Религиозные институты рассматриваются только в социальном измерении (как организации политического, культурного и т.п. значения), в религиозном сознании они отделены от веры. | Религиозные институты рассматриваются в большей степени как социальные, однако есть и понимание их духовного измерения, хотя это духовное измерение мыслится респондентами по-разному. | Религиозные институты рассматриваются как необходимая значительная составляющая религиозной веры, религиозная жизнь неотъемлема от них и содержится в них. Социальное и духовное измерения слиты. |

Резюмируя наблюдения, которые мы привели в таблице, можно отметить, что внеконфессиональные христиане в большей степени опираются на себя и свой внутренний опыт в религиозной жизни, однако при этом не всегда этот опыт является действительно чем-то значимым в жизни человека. Авторитет религиозных институтов для таких христиан практически сведен к нулю, так как они мыслятся только лишь как малозначимые в действительности социальные структуры. Авторитетом могут обладать лишь конкретные представители конфессий, а также Священное Писание или нравственное учение. Всё это делает внеконфессиональную христианскую веру очень гибкой, «персонализованной», то есть легко подстраиваемой под личные предпочтения и опыт человека. Часто и сама принадлежность к христианству мыслится такими респондентами как «созвучность» – то есть человек по тем или иным своим причинам чувствует, что христианство ему «созвучно», близко, кажется более правильным или более понятным, чем другие религии.

В данном вопросе наши результаты подтверждают и выводы исследователей Е.И. Гришаевой, О.М. Фархитдинова и Г.П. Хазиева: «в постсекулярном обществе в силу действующих факторов часть верующих обладает эклектичным сознанием, более характерным для внеконфессиональных верующих» [Гришаева, Фархитдинов, Хазиев 2015: 149]. Заметим, что, по нашим наблюдениям, эклектичность может присутствовать и у верующих, имеющих конфессиональную принадлежность, в то время как сознание внеконфессиональных христиан может быть такой эклектике не подвержено, но как тенденция действительно прямая зависимость должна быть отмечена.

Как представляется, постсекулярный характер общества в нашей стране просматривается как благодаря выявленным сходствам, так и различиям веры в зависимости от конфессиональной позиции. Различия эти, равно как и сама возможность христиан занимать определенную конфессиональную позицию, уже свидетельствуют о постсекулярности общества. Авторитетность религиозных институтов, осмысление собственного религиозного опыта, принадлежность (и в какой степени) религиозной группе и собственная позиция по отношению к религиозным институтам – всё это христиане решают самостоятельно, и они, по сути дела, вынуждены самоопределяться по этим вопросам. С одной стороны, в обществе нет готового ответа, как именно христианин должен определиться по отношению к христианским конфессиям, с другой стороны, он не может обойти для себя этот вопрос. Поскольку религиозные институты обладают конкретной силой (и формальной, и неформальной – имеют определенное культурное влияние) и дифференциацией, тем самым они влияют на личностное самоопределение, что оказывается важным в контексте социальной и духовной жизни человека.

Что же касается сходств характерных психологических черт религиозной веры современных христиан, то выявленный ряд свидетельствует, что ключевым фактором формирования религиозной веры является не конфессиональная принадлежность, а целая совокупность внутренних факторов (религиозный и нерелигиозный опыт, потребность в переживании сакрального, поиск смысла, потребность в духовном самоопределении и т.д.). Личностность, а не традиционность веры, опора на религиозную потребность в большей степени, чем на авторитет конфессии, обращение к религиозным практикам и авторитетам на основании внутреннего побуждения, а не внешнего принуждения – вот основные черты христиан, выявленные нами в проведенном исследовании.

Эти данные, на наш взгляд, могут служить подтверждением того, что писал Т. Лукман о «невидимой религии» [Luckmann 1967]: будучи фундаментальным свойством человеческой природы, религия меняет свои формы в различных обществах. Если в секулярную эпоху происходил кризис институциональных форм религии, но религия приобретала индивидуализированные, приватные формы, то в современную постсекулярную эпоху мы можем наблюдать переходную картину: религия всё еще персонализирована, но возрождение институциональных форм позволяет человеку внутри или около своей конфессии творчески реализовать собственные религиозные смыслы.

**Литература**

*Гришаева Е.И., Фархитдинова О.М., Хазиев Г.П.* От секулярного к постсекулярному: эклектичность религиозного сознания верующих в современной России // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2015. Т. 2. № 3. С. 143-152.

*Краснова А.Г.* Феноменологическое интервью как метод исследования в психологии религии // Актуальные проблемы науки и техники. 2020: Материалы нац. науч.-практ. конф. (Ростов-на-Дону, 25–27 марта 2020 года) / отв. ред. Н.А. Шевченко. Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2020. С.   1948-1951.

*Тернер Б.* Религия в постсекулярном обществе // Государство, религия, Церковь в России и за рубежом. 2012. Т. 30. № 2. С. 21-51.

*Luckmann T*. The Invisible Religion: The Problem of Religion in Modern Society. New York; London: Macmillan, 1967. 128 p.

**Alina G. Krasnova**

**CONFESSIONAL POSITION OF MODERN CHRISTIANS**

**IN THE CONTEXT OF THE POST-SECULARITY**

**OF RUSSIAN SOCIETY[[2]](#footnote-2)**

***Southern Federal University***

*The article deals with the characteristics of various forms of faith, depending on the confessional position of modern believers who consider themselves Christians. These characteristics were identified in the framework of a study conducted by the method of a phenomenological interview. The results of a comparative analysis of the essential features of religious faith, depending on the confessional position of Christians, are presented. The similarities and differences can be understood with the peculiarities of the post-secular society of modern Russia.*

***Keywords.*** *Modern Christianity, post-secular society, non-confessional Christianity, psychological features of faith, religious consciousness.*

**УДК 2-63(476)**

**Виктор Александрович Одиноченко**

**ТРАНСФОРМАЦИЯ РЕЛИГИОЗНОЙ СИТУАЦИИ**

**В СОВРЕМЕННОЙ БЕЛАРУСИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ**

***Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины,***

***Республика Беларусь***

*Изменения, происходящие в религиозной сфере современной Беларуси, имеют переломный характер. Основной тенденцией является увеличение числа религиозных организаций и верующих, а также все более полное осуществление принципа свободы совести. Проблемы порождаются традиционной поликонфессиональностью Беларуси и стремлением государства контролировать религиозную ситуацию.*

***Ключевые слова.*** *Трансформация, религиозная ситуация, поликонфессиональность, право на свободу совести, конфессиональная политика.*

В настоящее время Беларусь находится на переломном этапе развития, пожалуй, наиболее важном за всю ее историю. Он характеризуется как состояние трансформации, затронувшей основы общественной жизни. Поэтому для осмысления тех процессов, которые происходят на наших глазах и участниками которых мы являемся, необходим философский подход.

Прежде всего отметим, что употребляемое нами понятие *современность* применительно к Беларуси имеет конкретное содержание, отличное от европейского *modernity*. Современная Беларусь берет свое начало с принятия Верховным Советом БССР 27 июля 1990 г. Декларации о государственном суверенитете. Возникают тенденции, развитие которых и образует специфику религиозной ситуации в стране. Она зависит, во-первых, от характера формирования независимого государства со своей собственной экономикой, политикой, культурой и т.д. и определяется ими, во-вторых, от религиозных процессов в мире, поскольку существующие в Беларуси конфессии взаимодействуют со своими единоверцами за границей. Причем, следует учитывать, что это взаимодействие имеет разнонаправленный и качественно разнородный характер. Самым многочисленным религиозным направлением в стране является Белорусская православная церковь. Она связывает Беларусь с Россией. Но также весьма многочисленны католики и протестанты, и они ориентированы на Европу и США.

Изменения в религиозной ситуации имеют переломный характер. Прежде всего это касается отношения государства к религиозным организациям. Та трактовка религии, которая существовала в СССР, по многим параметрам изменилась на прямо противоположную. Религию рассматривали преимущественно с идеологической точки зрения, причем позиция по отношению к ней имела открыто конфронтационный характер. Она воспринималась как инструмент осуществления интересов эксплуататорских классов. Активно проводилась идея о том, что религиозная мораль является ложной по своей основе.

В современной Беларуси официальная трактовка религии также есть. Она подчинена интересам государства. Акцент уже делается на том, что религия (речь, как правило, идет о христианстве) – это основа моральности. Утверждается, что традиционные конфессии играют важнейшую роль в духовном возрождении общества, поскольку они формируют у людей высокие гражданские и нравственные качества, а православие, кроме того, является одной из основ интеграции восточнославянских народов.

Однако данные положения не имеют обязательного характера, и с ними можно открыто полемизировать. В принципе в современной Беларуси существует плюрализм мнений, в том числе и по отношению к религии. Преобладает индифферентная позиция.

Руководство страны активно пытается сделать ее частью мирового сообщества, поэтому в религиозной сфере ориентируется на осуществление принципа свободы совести. В Конституции Республики Беларусь записано: «Религии и вероисповедания равны перед законом» (Ст. 16, ч. 1) [Канстытуцыя 2006: 52]. Это положение конкретизировано в ряде принятых законов. Можно с уверенностью утверждать, что в современной Беларуси создана правовая основа для нормального развития религиозной ситуации. Проблема заключается в том, чтобы нормы законодательства были реализованы на практике.

Основным показателем изменения правового положения религии в современной Беларуси является рост количества зарегистрированных религиозных общин. За период с 1988 по 2020 год их выросло более чем в четыре раза, с 765 до 3389. В Беларуси сформировалась религиозная сфера как одна из полноправных и официально признанных областей общественной жизни.

Мы можем предположить, что в ее развитии будут осуществляться две тенденции. Во-первых, продолжатся рост числа религиозных организаций и верующих, хотя и не столь интенсивный, как это ожидалось в конце 80-х – начале 90-х гг. прошлого века. Во-вторых, в результате осуществления принципа мировоззренческого плюрализма религиозная ситуация в Беларуси будет все более сходной с ситуацией в других европейских странах, с учетом, разумеется, национальной специфики.

Что касается проблем, то они связаны прежде всего с характером проводимой в современной Беларуси конфессиональной политики. Государство стремится контролировать религиозную ситуацию и таким образом именно на себя возлагает ответственность за характер и направленность ее развития. Это вызывает несогласие у ряда действующих в стране религиозных организаций.

Большое значение для понимания официальной трактовки места отдельных конфессий в современном белорусском обществе имеет преамбула закона «О свободе совести и религиозных организациях». В ней определены основные направления деятельности государства в религиозной сфере. Сказано, что права на свободу совести регулируются законом, «исходя из: …признания определяющей роли Православной церкви в историческом становлении и развитии духовных, культурных и государственных традиций белорусского народа; духовной, культурной и исторической роли Католической церкви на территории Беларуси; неотделимости от общей истории народа Беларуси Евангелическо-лютеранской церкви, иудаизма и ислама» [О свободе совести].

Это положение создало проблемы при проведении конфессиональной политики, поскольку оно не соответствует имеющейся религиозной ситуации. Кроме того, для Беларуси характерна традиционная поликонфессиональность. На ее территории достаточно мирно сосуществовали различные религиозные направления, причем часть из них имеет здесь долгую историю и может указать на свой вклад в белорусскую культуру. Поэтому в интересах сохранения межрелигиозного согласия на данном этапе крайне нежелательна полемика относительно значимости этого вклада.

По данным Аппарата Уполномоченного по делам религий и национальностей, на 1 января 2020 года в стране были зарегистрированы следующие религиозные общины (см. табл. 1).

*Таблица 1*

**Религиозные общины современной Беларуси**

| *Наименование конфессии* | *Количество* |
| --- | --- |
| Православная церковь | 1709 |
| Старообрядческая церковь | 34 |
| Римско-католическая церковь | 498 |
| Католики латинского обряда | 1 |
| Греко-католическая церковь | 16 |
| Реформатская церковь | 1 |
| Лютеранская церковь | 25 |
| Евангельские христиане баптисты | 281 |
| Новоапостольская церковь | 21 |
| Пресвитерианская церковь | 1 |
| Христиане веры евангельской | 524 |
| Христиане полного Евангелия | 62 |
| Христиане веры апостольской | 11 |
| Церковь Христова | 5 |
| Мессианские общины | 3 |
| Адвентисты седьмого дня | 73 |
| Свидетели Иеговы | 27 |
| Мормоны | 4 |
| Иудейская религия | 38 |
| Прогрессивный иудаизм | 15 |
| Мусульманская религия | 24 |
| Бахаи | 5 |
| Кришнаиты | 6 |
| Армянская апостольская церковь | 4 |
| Буддизм | 1 |
| **Всего** | **3389** |

Разнообразие религиозных направлений, действующих в современной Беларуси, порождает проблему взаимоотношений между ними. Отметим, что в целом она успешно решается благодаря усилиям власти. Постепенно налаживаются нормальные взаимоотношения между государственными органами и религиозными организациями.

На наш взгляд, сущность проводимой в стране политики в конфессиональной сфере выражена в следующем положении Концепции государственной безопасности Республики Беларусь: «Совершенствование государственной политики в области межнациональных и межконфессиональных отношений будет заключаться в обеспечении условий для укрепления единой общности “белорусский народ”, воспитании уважения к другим национальностям, религиям и культурам, пресечении любых попыток разжигания национальной и религиозной розни» [Концепция].

Кроме того, и сами религиозные организации, действующие в стране, стремятся к налаживанию диалога между собой. Основная заслуга в его осуществлении принадлежит Белорусской православной церкви. Особенно активно он вёлся при митрополите Филарете (Вахромееве), авторитет которого в Беларуси огромен. Владыка Филарет ушел на покой в 2013 и умер в 2021 году. К этому времени уже был наработан опыт доброжелательных взаимоотношений между религиозными организациями.

Таким образом, основными тенденциями развития религиозной ситуации в современной Беларуси являются увеличение числа религиозных организаций и постепенное осуществление законодательно закрепленных принципов свободы совести и равенства религий. К числу специфических черт относятся традиционная поликонфессиональность и толерантность, отсутствие конфликтов между приверженцами различных верований. В современной Беларуси государство стремится контролировать религиозную сферу. Это является главным фактором отсутствия конфликтов между приверженцами различных верований, но также и порождает проблемы во взаимоотношениях государства с религиозными организациями. На наш взгляд, их решение будет связано с налаживанием диалога в обществе (не только в религиозной сфере) и формированием мировоззренческого плюрализма.

**Литература**

Канстытуцыя Рэспублікі Беларусь 1994 года (са змяненнямі і дапаўненнямі): прынята на рэспубліканскіх рэферэндумах 24 лістапада 1996 года і 17 кастрычніка 2004 года (на беларускай, рускай мовах). Мінск, 2006.

Концепция национальной безопасности Республики Беларусь. URL: http://house.gov.by/ru/official-documents-ru (дата обращения: 01.02.2021).

О свободе совести и религиозных организациях: Закон Респ. Беларусь, 17 декабря 1992 г., № 2054-XII: в ред. Закона Респ. Беларусь от 22.12.2011 г. / Бизнес-Инфо / Профессиональные правовые системы, Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2017.

**Viktor A. Odinochenko**

**TRANSFORMATION OF RELIGIOUS SITUATION**

**IN MODERN BELARUS: TRENDS AND PROBLEMS**

***Skaryna State University of Gomel, Republic of Belarus***

*The changes taking place in the religious sphere of modern Belarus are of a turning point. The main trend is an increase in the number of religious organizations and believers, as well as an ever more complete implementation of the principle of freedom of conscience. The problems are generated by the traditional poly-confessional nature of Belarus and the state’s desire to control the religious situation.*

***Keywords.*** *Transformation, religious situation, polyconfessionalism, the right to freedom of conscience, confessional policy.*

**УДК 316.7**

**Ирина Александровна Савченко1, 2, 3**

**Жанна Викторовна Никонова1**

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И ЭТНИЧЕСКИЕ ИНДЕКСЫ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ПОЛИЭТНИЧНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ**

***1Нижегородский государственный лингвистический университет***

***имени Н.А. Добролюбова***

***2Московский городской педагогический университет***

***3Нижегородская академия МВД России***

*Цель статьи – понять роль и позицию лингвистической и этнической идентичности в пространстве культурной идентичности. На основе материалов исследования, проведенного среди студентов непризнанного Приднестровья, а также с опорой на ряд значимых фактов и наблюдений делается вывод, что культурная идентичность охватывает различные системные единицы. Культурная идентичность является интегральной системой, в которой какой-либо из этих элементов (конфессиональных, конвенциональных (собственно этнических), лингвистических) может в определенный момент актуализироваться и стать преобладающим в силу определенных социокультурных или политических предпосылок. Система образования является социальной средой, в которой взаимодействие элементов культурной идентичности проявляется наиболее отчетливо.* ***Ключевые слова.*** *Язык, культура, этническая, религиозная, лингвистическая идентичность, культурная разнородность, студенты, культурный детерминизм, концептосфера.*

Лингвокультурная идентичность личности в мультикультурном коммуникационном образовательном пространстве лишь на первый взгляд имеет однозначную интерпретацию в виде фактического отождествления этнической и лингвистической идентичностей. Действительно, этническая гетерогенность учебных коллективов, наблюдаемая сегодня в России, ближнем зарубежье, Европе и Америке, может определенным образом соотноситься с лингвистической неоднородностью. Вместе с тем отсутствие понятной социокультурной дифференциации между лингвистическими, этническими и некоторыми другими проявлениями культурной гетерогенности требует особых уточнений.

Обратим внимание на совместное исследование, проведенное учеными из НГЛУ и Приднестровского государственного университета им. Т.Г. Шевченко в полиэтничных вузовских учебных коллективах [Савченко 2019]. В этом непризнанном восточноевропейском государстве примерно в равных долях представлены русские (33,8%), молдаване (33,2%), украинцы (26,7%); 6,3% составляют болгары и белорусы. Кроме того, в последние годы из Молдавии в Приднестровье активно мигрируют гагаузы. Отношение к этой тюркской этнической общности рождает неоднозначную реакцию среди населения.

В Приднестровье действуют три официальных языка: русский, украинский и молдавский. Несмотря на достаточно комфортный социокультурный климат в республике, можно периодически наблюдать дискуссии по поводу предпочитаемого варианта молдавского языка – румынского или официального ныне кириллического. Среднее образование школьники могут получать на одном из трех официальных языков, однако высшее образование в Приднестровье осуществляется на русском языке.

В высших учебных заведениях Приднестровья действуют те же федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования, что и в России. Таким образом, из относительно разнородной лингвистической среды молодой человек, поступив в вуз, попадает в среду, где лингвистическая разнородность сохраняется только на уровне межличностного общения, но не образовательного процесса. И это, как показало исследование, вызывает противоречивые эмоциональные реакции в студенческой среде, этнический состав которой в целом с достаточной точностью репрезентует генеральную совокупность – население Приднестровья. В данных обстоятельствах актуализируется этническое самосознание гагаузов и болгар, которые также учатся в приднестровских вузах. Стремясь к «языковому компромиссу», студенты предлагают неожиданные решения, например в виде добавления к государственным языкам английского языка.

Но главный вывод исследователей касался идентичностной картины культурно разнородного коллектива. Выяснилось, что количество студентов, которые считают русский язык родным, значительно превосходит число тех, кто идентифицирует себя как этнические русские. Студенты из этнически смешанных семей иногда затрудняются с определением своей этнической идентичности, склоняясь к бикультурным вариантам этничности. В то же время студенты-билингвы в подавляющем большинстве без каких-либо колебаний указывали язык, который считают родным. Таким образом, на основании проведенного исследования мы можем утверждать, что во многих случаях этническая и лингвистическая идентичности студентов не совпадают.

В этнокультурных исследованиях уже более полувека доминирует парадигма культурного детерминизма, сформированная Ф. Боасом и продолженная Р. Бенедикт и М. Мид. В контексте этой парадигмы этническая принадлежность человека определяется его культурной идентичностью. Проще говоря, человек сам выбирает свою этничность (этническую идентичность), обозначая культуру, к которой он себя относит.

Согласно культурно-детерминистскому подходу индивид становится русским (французом, азербайджанцем) в тот момент, когда начинает считать русскую (французскую, азербайджанскую) культуру органичной своей внутренней природе. Нужно признать, что не всегда легко отличить внутреннюю глубокую привязанность человека к определенной культурной традиции от декларации такой привязанности, являющей собою попытку скрыть (возможно, от самого себя) свою культурную маргинальность. Тем не менее безусловная заслуга культурного детерминизма – развенчание натуралистских концепций, а также крайних проявлений натурализма, нашедших отражение в расистских идеологиях.

Между тем, увлекшись критикой натуралистских течений, культурные детерминисты фактически поставили знак равенства между этническим и культурным. Лингвистическая идентичность на этом фоне стала часто рассматриваться как особая, наиболее значимая часть этнической идентичности.

Начиная с Вильгельма фон Гумбольдта, активно проводятся исследования этнолингвистической направленности, где в качестве ведущего фактора культурного воспроизводства ученые указывают лингвистическую общность [Чебоксаров 1985: 25-27]. Описание языка как средоточия культурного наследия стран и народов представлено в трудах классиков социально-культурной антропологии, прежде всего Франца Боаса [Боас 1997] и его продолжателей (Э. Сепир, Б. Л. Уорф, М. Мюллер, Л. Витгенштейн [Языки как образ… 2003]; К.Л. Пайк [Pike 2012]), которые стали рассматривать язык как «образ мира», детерминанту человеческого поведения и в целом как важнейшую социокультурную доминанту. Лингво-антропологический подход получает развитие в современной науке (М. Бурас и М. Кронгауз [Бурас, Кронгауз 2011], С.Ю. Бородай [Бородай 2013], А. Вежбицкая [Вежбицкая 1999]).

В наши дни практически утвердилось понимание языка как главного способа этнокультурной идентификации в контексте формирования и сохранения системы «национальных образов мира» (Н.Д. Арутюнова [Арутюнова 1999], Г.Д. Гачев [Гачев 2007], В.И. Карасик [Карасик 2002]), «духовно-нравственного единства социумов» (Б.А. Жигалев и С.В. Устинкин [Жигалев, Устинкин 2015], И.И. Халеева [Халеева 2006]), идентификационного кода народа (Чебоксаровы [Чебоксаров, Чебоксарова 1985]). Идеи взаимосвязи культуры и языка активно развиваются сегодня в отечественной концептологии [Степанов 2001] и лингвокультурологии [Телия 1999; Гачев 2007; Зиновьева 2009; Маслова 2010]. Можно с уверенностью сказать, что проблема взаимосвязи языка и культуры на уровне теоретических исследований раскрыта глубоко и разносторонне. Ответ на вопрос о соотношении этнической, лингвистической и культурной идентичностей стал казаться априорным.

Обнаруживается, таким образом, что большое число исследователей предпочитают не замечать нюансов, установленных на основании исследования в Приднестровской Молдавской Республике. И все же попробуем снова взглянуть на проблему эмпирически. Самоидентификация (в том числе личностная, социальная, гендерная) является экзистенциальной потребностью человека [Ягубова 2017]. Более того, поскольку человек как личность является продуктом культурного воспроизводства, то очевидно, что людям, по крайней мере, большинству из них, необходима и идентичность культурная. Между тем культура как совокупность символических небиологических составляющих жизни людей может включать самые разные составляющие: лингвистические, религиозные, конвенциональные и собственно этнические, идеологические, а также некоторые другие.

Если представить некое идеальное состояние культурной идентичности, то оно, вероятно, должно являть собою органичное единство указанных компонентов. Однако в действительности в структуре культурной идентичности доминирует какой-либо ее элемент: «Сикхи стали этносом на основе религии, монголы – на основе родства, швейцарцы – вследствие удачной войны с австрийскими феодалами, спаявшей население страны, где говорят на четырех языках» [Гумилев 2019: 7].

Как известно, в многонациональной Российской империи большинством населения рефлексировалась главным образом религиозная идентичность – именно она указывалась в паспортах у тех граждан, которые имели данный документ. Этнографические исследования тяготели к физической антропологии. В целом же элементы этнических обозначений были очень расплывчатыми: достаточно вспомнить, что почти все мусульмане именовались татарами, что подмечено, например, в «Кавказском пленнике» Л.Н. Толстого. Неслучайно во время первой советской переписи населения 1926 года на территориях нынешних республик Средней Азии и Казахстана, Азербайджана, Грузии, Украины больше половины граждан затруднились с определением своей этнической принадлежности. Впоследствии (политика и идеология сыграли в этом ведущую роль) люди стали все больше ассоциировать себя с этническим, а не с религиозным сообществом.

Вполне закономерно, что на фоне секуляризации ученые все больше внимания стали обращать не на религию, а на язык как ядро культурной идентичности. Так, в обоснование теории концептосферы (Д.С. Лихачев [Лихачев 1993], З.И. Кирнозе [Кирнозе 2001]) развивалась идея, что именно язык определяет мировосприятие, образцы поведения и способ мышления его носителей. Эта идея является притягательной, особенно для лингвистов, однако весьма уязвимой перед фактами. Л.Н. Гумилев – один из немногих, кто сумел провести черту между этнической и лингвистической идентичностями. «Мексиканцы, перуанцы, аргентинцы говорят по-испански, – писал Гумилев, – но они не испанцы», а «ирландцы до последнего времени знали только английский, но англичанами не стали» [Гумилев 2019: 6-7]. Гумилев был уверен, что значение языка как фактора этнической солидарности гипертрофируется благодаря усилиям со стороны прежде всего лингвистов.

Так, все большее число жителей Африки начинают считать родным английский, французский или португальский язык, но они не становятся от этого англичанами, французами или португальцами. Более того, они предпочли приспособить эти языки под свое восприятие действительности, убрав из них сложные конструкции и обороты, но не изменили свой внутренний мир под воздействием новых для себя языков. С другой стороны, евреи на протяжении двадцати столетий жили в разных странах и говорили на разных языках, но в течение столь долгого периода не утратили идентичность и этническое самосознание.

Личность стремится обрести культурную идентичность, и большинство жителей Земли не хотят быть маргиналами. Культурная идентичность, повторимся, может вбирать в себя конвенциональные (собственно этнические), религиозные, лингвистические, идеологические компоненты. Как правило, один из этих компонентов доминирует в процессе культурной самоидентификации индивида. Язык как способ культурной идентификации имеет значение, но не всегда это значение языка преобладает над значимостью других социокультурных факторов.

Мы наблюдаем сложные тенденции в культурно разнородном студенческом сообществе. Эти наблюдения весьма полезны для осмысления дихотомных трендов динамики культурной идентичности современного человека, живущего в условиях стремительных социокультурных изменений.

**Литература**

*Арутюнова Н.Д.* Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.

*Боас Ф.* Границы сравнительного метода в антропологии // Антология исследований культуры. Интерпретация культуры. СПб.: Университетская книга, 1997. Т. 1. С. 509-518.

*Бородай С.Ю*. Современное понимание проблемы лингвистической относительности: работы по пространственной концептуализации // Вопросы языкознания. 2013. № 4. С. 17-54.

*Бурас М., Кронгауз М.* Жизнь и судьба гипотезы лингвистической относительности // Наука и жизнь. 2011. № 8. С. 31-38.

*Вежбицкая А.* Семантические универсалии и описание языков / Пер. с англ. М.: Языки русской культуры, 1999. 780 с.

*Гачев Г.Д.* Национальные образы мира. Космо – Психо – Логос. М.: Лабиринт, 2007. 511 с.

*Гумилев Л.Н.* Этногенез и биосфера Земли. М.: АСТ, 2019. 704 с.

*Жигалев Б.А., Устинкин С.В.* Лингвистическая безопасность как фактор обеспечения устойчивого развития Российской Федерации // Власть. 2015. Т.  23. № 10. С. 32-41.

*Зиновьева Е.И.* Лингвокультурология. Теория и практика М.: МИРС, 2009. 747 c.

*Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.

*Кирнозе З.И.* О национальной концептосфере // Филология и культура: Материалы III-й Межд. науч. конф, 16–18 мая 2001 г. Тамбов: изд-во Тамбовского гос. ун-та им. Г.Р. Державина, 2001. Ч. 2. С. 55-62.

*Лихачёв Д.С*. Концептосфера русского языка // Известия РАН. СЛЯ. 1993. № 1. С. 99-106.

*Маслова В.А*. Лингвокультурология. М.: Академия, 2010. 208 c.

*Савченко И.А., Викулина М.А., Михайлова В.В.*[Целостность учебного коллектива в условиях полилингвизма (на материалах Приднестровской Молдавской Республики)](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39242430) // [Язык и культура](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=39242414). 2019. [№ 46](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=39242414&selid=39242430). С. 253-279.

*Степанов Ю.С.* Константы. Словарь русской культуры. М.: Академический проект, 2001. 990 с.

*Телия В.Н.* Фразеология в контексте культуры. М.: Языки славянской культуры, 1999. 337 с.

*Халеева И.И.* Лингвистическая безопасность России // Вестник Российской Академии наук. 2006. Т. 76. № 2. С. 104–111.

*Чебоксаров Н.Н., Чебоксарова И.А*. Народы, расы, культуры. М.: Наука, 1985. 272 с.

*Ягубова Н.Ш.* Потребность человека в идентификации // Наука и образование сегодня. 2017. № 2 (13). С. 95-98.

*Языки как образ мира (сборник)* / Макс Мюллер, Людвиг Витгенштейн, Эдвард Сепир, Бенджамин Ли Уорф. М.: АСТ, Terra Fantastica, 2003. 521 с.

*Pike K.* Language in Relation to a Unified Theory of the Structure of Human Behavior. Literary Licensing, 2012. 180 p.

**LINGUISTIC AND ETHNIC INDICES**

**OF CULTURAL IDENTITY IN THE POLITICAL AND CULTURAL**

**EDUCATIONAL ENVIRONMENT**

**Irina A. Savchenko1, 2, 3**

**Zhanna V. Nikonova1**

***1Linguistics University of Nizhny Novgorod***

***2Moscow City University***

***3Nizhny Novgorod Academy of the Ministry of Internal Affairs of Russia***

*The purpose of the article is to understand the role and position of linguistic and ethic identity in the space of cultural identity. Based on the materials of a study conducted among students of the unrecognized Pridnestrovie, as well as relying on a number of significant facts and observations, it is concluded that cultural identity encompasses various system units. Cultural identity is an integral system in which any of these elements (confessional, conventional (actually ethnic), linguistic) can be actualized at a certain moment and become pre-existing due to certain socio-cultural or political prerequisites. The education system is a social environment in which the interaction of elements of cultural identity is most clearly manifested.*

***Keywords.*** *Language, culture, ethnic, religious, linguistic identity, cultural heterogeneity, students, cultural determinism, conceptionnal sphere.*

**УДК 371.315.7**

**Наталья Витальевна Ткачук**

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В МЕСТАХ ТРАДИЦИОННОГО**

**УКЛАДА ЖИЗНИ КОРЕННЫХ НАРОДОВ ЮГРЫ**

**(ПО МАТЕРИАЛАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ)**

***Обско-угорский институт прикладных исследований и разработок***

*В статье рассматриваются особенности внедрения цифровых образовательных ресурсов в условиях автохтонных территорий проживания коренных народов Ханты-Мансийского автономного округа – Югры (далее – ХМАО – Югра). Методом социологического опроса на примере отдельно взятого района выясняется своевременность и актуальность цифровых технологий для организации непрерывного образовательного процесса в условиях традиционного уклада жизни детей из числа коренных малочисленных народов (далее – КМНС).*

***Ключевые слова.*** *Цифровые ресурсы, образовательный проект, коренные народы, социологический опрос, традиционные территории.*

В представленном материале рассматриваются результаты социологического исследования по вопросу применения цифровых образовательных ресурсов среди школьников из числа коренных малочисленных народов Югры, проживающих в отдаленных территориях традиционного природопользования (далее – ТТП). Этнически КМН автономного округа представлены народами ханты, манси, ненцами. По сведениям Всероссийской переписи населения 2010 г., на территории Югры насчитывается 31483 представителя КМНС (ханты – 19068 чел., манси – 10977 чел., ненцы – 1438 чел.). В общей численности населения Югры (более 1,6 млн чел.) на представителей КМНС приходится 2%.

Представим социальный портрет опрошенных респондентов Сургутского района Югры. Участниками анкетирования стали 117 респондентов, среди них: ханты (95,7%), манси (3,4%), ненцы (0,9%); 54,7% опрошенных – женщины, 45,3% – мужчины; наибольшая группа респондентов в возрасте 31–40 лет (35,9%), 21,4% составили участники опроса 41–50 лет, менее 20% – молодежь (до 20 лет – 9,4%, 21–30 лет – 19,7%) и 11,1% – участники в возрасте 51–60 лет. 42,7% респондентов указали среднее общее образование, 23,1% – среднее специальное, 9,4% – высшее, неоконченное высшее имеют 1,7% опрошенных, 2,6% – без образования.

Респонденты заняты в основном в сфере традиционных профессий (рыбак, охотник, оленевод, сборщик дикоросов, мастер декоративно-прикладного искусства и др.) (17,1%), остальные работают в сфере образования (5,1%), здравоохранения (2,6%), культуры (8,5%), а также служащие (0,9%), студенты (1,7%), пенсионеры (11,1%), безработные (15,4%). Как видим, по структуре занятости КМНС в основном занимают традиционный сектор хозяйствования. В автономном округе более 4 тыс. представителей коренных народов ведут традиционный образ жизни на родовых угодьях, в местах ТТП.

Анкетный опрос был направлен на выявление основных возможностей и важности внедрения цифровых технологий в качестве образовательных в предполагаемую среду. Так, например, всего 51,3% опрошенных знакомы с цифровыми образовательными технологиями, которые используются для обучения детей. Большинство респондентов не слышали и ничего не знают о конкретном образовательном проекте по внедрению цифрового образовательного ресурса «Мобильная электронная школа» (далее – МЭШ) для детей из числа КМНС, проживающих на территориях традиционного природопользования (54,8%).

В регионе с 2019 года запущен пилотный проект МЭШ, в рамках которого предприняты попытки создать электронную образовательную среду для учеников, их родителей не в стандартных, привычных для многих условиях, а в границах традиционных территорий природопользования КМНС. МЭШ предусматривает интеграцию цифрового и традиционного образования, которое доступно для школьника с использованием дистанционных технологий с обязательными онлайн-консультациями.

У 59% опрошенных дети уже посещают школу-интернат, 49% ответили, что их детям предстоит в будущем идти в школу и другие общеобразовательные учреждения. При сложившейся традиционной форме жизнедеятельности и хозяйствования семей КМНС (оленеводство, сбор и заготовка дикоросов, рыболовство) дети школьного возраста вынуждены покидать родной дом на весь учебный год и жить в школах-интернатах, которые расположены вдали от семьи, в муниципальных районах. Об отрицательных факторах расставания ребенка с семьей говорят и сами промысловики. Родители школьников высказывают беспокойство о том, что их дети вдали от дома «распускаются, начинают употреблять спиртное, курить»; «детям плохо в интернате»; «детей нельзя отрывать от семьи»; «ребенок должен жить в семье»; «многие забывают родной язык (хантыйский, ненецкий, мансийский), теряют навыки владения традиционными ремеслами, у детей появляется желание жить легкой городской жизнью и не заниматься традиционными промыслами».

Абсолютное число (73,9%) опрошенных родителей положительно относятся к внедрению цифрового образовательного ресурса для детей на территориях традиционного природопользования, а также большинство (67,0%) считают начатый проект необходимым для школьников в условиях ТТП. Опрошенные уверены в том, что кроме получения образования, не покидая родовых угодий, с помощью цифровых ресурсов станет возможным сохранить родной язык, традиционную культуру и уклад жизни, а также оставаться детям в привычной, комфортной обстановке, рядом с родителями. Кроме этого, не отмечены противоречивые мнения респондентов на предмет качества получаемого образования (обучения) в условиях мобильного образовательного процесса. Часть родителей считают, что говорить о результатах проекта преждевременно, и затрудняются ответить однозначно оценками «хорошо» или «плохо», хотя 7% от числа опрошенных думают, что «качество образования (обучения) станет хуже», другие 22,6% – допускают, что «качество образования (обучения) станет лучше». На вопрос об основной цели внедрения цифрового образовательного ресурса МЭШ респонденты выбрали в первую очередь ответ «Получение начального образования на месте (не покидая ТТП и малых населенных пунктов)» (38,3%), затем – «Доступ к цифровым образовательным ресурсам» (32,2%) и «Сохранение и развитие родных языков КМНС» (32,2%), а также «Сохранение традиционной культуры и уклада жизни КМНС» (28,7%).

Таким образом, региональные практики внедрения цифровых технологий в образовательный процесс позволяют совместить обучение и привычный уклад жизни детей КМНС, тем самым способствуя в условиях глобализации сохранению уникального пласта культуры обско-угорских народов (ханты, манси, ненцев), который заключен в традиционной жизнедеятельности. Представители КМНС выступают основными объектами цифрового образовательного проекта «Мобильная электронная школа», выражают заинтересованность в его реализации, так как он дает возможность выбора, является альтернативой школе-интернату для детей из семей, проживающих на стойбищах и родовых угодьях, позволяя им оставаться жить в условиях полноценного воспитания в семье рядом с родителями.

**Natalia V. Tkachuk**

**REGIONAL PRACTICES OF THE INTRODUCTION OF DIGITAL EDUCATIONAL RESOURCES IN THE PLACES OF THE TRADITIONAL WAY OF LIFE OF THE INDIGENOUS PEOPLES OF UGRA**

**(BASED ON THE MATERIALS OF SOCIOLOGICAL RESEARCH)**

***Ob-Ugric Institute of Applied Research and Development***

*The article discusses the features of the introduction of digital educational resources in the conditions of autochthonous territories of the indigenous peoples of the Khanty-Mansi Autonomous Okrug – Yugra (hereinafter – KhMAO–Yugra). By the method of a sociological survey on the example of a single district, the timeliness and relevance of digital technologies for the organization of a continuous educational process in the conditions of the traditional way of life of children from among indigenous small peoples (hereinafter – CMNS) is revealed.*

***Keywords.*** *Digital resources, educational project, indigenous peoples, sociological survey, traditional territories.*

**УДК 327**

**Ольга Константиновна Шиманская**

**ГРАЖДАНСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕЛИГИОЗНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В  ПЕРИОД ПАНДЕМИИ *COVID-19* в 2020 г.**

**(НА ПРИМЕРЕ ПРАВОСЛАВИЯ)**

***Институт Европы РАН***

*Пандемия коронавируса, накрывшая Европу в 2020 году, со всей очевидностью показала, что, несмотря на светский характер законодательств европейских стран, религиозные организации играют большую роль в жизни европейцев, составляя основу европейской системы ценностей. Православные церкви Европы, как и другие религиозные организации в регионе, озабочены продуманностью соглашений между церквами и органами государственной власти в условиях чрезвычайной запретительной политики, а также её гуманистической и демократической направленностью. Они участвуют в широкой общественной дискуссии относительно роли и места чрезвычайной политики в условиях пандемии, особенно касающейся запрета или ограничений на проведение богослужений в храмах, стремятся к выработке общественного консенсуса между соблюдением прав человека, включая права на свободу религии или убеждений, с одной стороны, и права на жизнь и защиту здоровья, с другой стороны.*

***Ключевые слова.*** *Европейский союз, православие, пандемия коронавируса, гражданское общество, государственно-конфессиональные отношения.*

Большинство западноевропейских стран исторически связаны с западными направлениями христианства – католицизмом и протестантизмом. Европейская идентичность, ценностные основания жизни и культура европейцев укоренены в христианстве, несмотря на самую интенсивную секуляризацию именно в этой части планеты. Надо отметить, что на карте религиозной жизни Европы присутствовали и приходы, и епархии православных церквей, окормляющие соответствующие национальные общины на территории европейских государств: русских, румын, греков и болгар. Далее по мере расширения в состав Евросоюза вошли и государства с мажоритарным православным населением.

Влияние православия на европейскую политику увеличилось после принятия в Евросоюз в 2007 году Румынии и Болгарии. Из 27 стран, входящих в Европейский союз, четыре государства: Греция, Кипр, Болгария и Румыния – относятся к числу стран с доминирующим православным населением.    В государствах Балтии находится большое количество приходов Московского патриархата, существуют крепкие старообрядческие общины Русской православной старообрядческой церкви (РПСЦ) и Древлеправославной поморской церкви (ДПЦ). Действуют автокефальные православные церкви Чешских земель и Словакии, Польши, автономная Православная церковь Финляндии. Наряду с этим в Европе с 28 декабря 2018 г. Русская православная церковь Московского патриархата восстановила Патриарший экзархат в Западной Европе в составе пяти епархий, двух викариатств и патриарших приходов. Существуют также Лондонская и Западно-Европейская епархии Русской православной церкви за рубежом и Архиепископия западноевропейских приходов русской традиции (в составе МП с особым статусом).

Ещё в 2002 г. при Европейском союзе было открыто представительство Русской православной церкви Московского патриархата. Известный отечественный религиовед Р.Н. Лункин полагает, что «европейская политика РПЦ помогает церковной иерархии отказаться от многих мифов – от самых крайних проявлений антизападной ксенофобии, нетерпимости к инославным внутри страны и критики демократии» [Лункин 2018: 283], и это оказывает влияние как на внешнюю, так и на внутреннюю политику русского православия, осовременивает его и делает более адаптивным.

Румынская православная церковь – самая большая православная церковь из стран, входящих в ЕС. В 2005 г. её Синод также принял решение о создании постоянного представительства Румынского патриархата в Брюсселе, начавшего работу в 2007 г. В 2010 г. при активном участии Московского и Румынского патриархатов создаётся Комитет постоянных представителей православных церквей при ЕС (CROCEU) для реализации 17-й статьи Лиссабонского договора о постоянном, открытом и действенном диалоге с церквями на основе общеевропейской солидарности присохранении национально-культурной и религиозной идентичности [Sorin Selaru... 2020]. Православные церкви в официальных органах ЕС видят свою задачу во влиянии на законотворческий процесс и цель – отстаивание христианских ценностей, направленное на оздоровление интеграции и развитие объединения [Мудров 2015: 83], проявляя тем самым свою активную гражданскую позицию. В то же время европейское законодательство и его национально-государственная адаптация не оставляют без изменения и церковную социальную политику.

Так, в условиях развития пандемии и приближающегося главного христианского праздника – Пасхи, 9 апреля 2020 г. CROCEU принимает «Коммюнике о продолжающемся коронавирусном кризисе». В документе, кроме слов поддержки всем людям, больным и здоровым, находящимся в самоизоляции и самоотверженно борющимся с болезнью, всем семьям и общинам, звучал призыв к милосердию и активизации каритативной деятельности: «принцип европейской солидарности – это больше, чем просто риторическое упражнение. Это время, когда такие слова должны быть воплощены в повседневную жизнь и многогранную борьбу каждого европейского гражданина, с особым вниманием к тем, кто находится в наибольшей опасности – людям, живущим в нищете, маргиналам и беженцам. Мы молимся и призываем европейских лидеров и граждан не упустить этот шанс, закрыв свои сердца и свои границы и повернувшись спиной к государствам и людям, которые в настоящее время находятся в самом тяжёлом положении» [Коммюнике 2020]. Православные церкви в условиях корона-кризиса, вынужденной социальной изоляции и дистанцирования призвали к переоценке ценностей – от общества потребления к возрождению духовной жизни человека, семей и общества в целом. Невозможность участвовать в литургической жизни церкви, публично праздновать Пасху в храмах должно быть встречено «с большим осознанием и подлинным смирением», для того чтобы открыть «для себя бесценный дар вечной жизни».

Общая позиция православных церквей во время первой волны пандемии была направлена на поддержку жёстких карантинных мер, введённых государствами в составе Евросоюза, поэтому: «В целом законопослушными можно назвать все религии и конфессии… Вопрос об отношении к проведению богослужений и к принятию причастия стал своего рода тестом на традиционность в различных европейских странах. Было представлено два варианта решения этой проблемы в условиях полного или частичного карантина для населения: полный отказ от любых публичных собраний, включая службы в храмах, и частичное ограничение на посещение богослужений с акцентом на то, что церкви не могут отказаться от служб совсем, так как это будет противоречить их природе и миссии» [Лункин 2020: 108].

Православные церкви призвали к активизации социального служения и диверсификации его форм, исходя из условий чрезвычайного положения и необходимости поддержки населения и помощи государственным медицинским учреждениям и социальным службам. Известный церковный историк, заведующей кафедрой истории Церкви на историческом факультете МГУ, в то же время имеющий церковный сан, В.В. Симонов и одновременно архимандрит Филипп, анализируя социальную активность церквей в первый период пандемии, заключает, что «секулярная глобализация требует превращения Церкви в социальную институцию» [Симонов 2020: 14]. В то же время государство было ошеломлено внезапным ударом пандемии, предпринимало спонтанные реактивные запретительные меры и предоставляло церкви «ситуативную модель поведения», когда население большинства стран оказалось в изоляции, росло число заболевших и умерших и люди нуждались в ободрении и поддержке.

Поэтому вопрос о соответствии церковной политики текущей ситуации и её богословской оправданности останется предметом дискуссии в церковной среде. Ясно одно: большой православный мир, состоящий из клира и мирян, неоднороден, его реакция на пандемический кризис не может быть однозначной. Пандемия повлияла на поляризацию позиций церковного и околоцерковного сообщества, выявив в нем последовательных сторонников санитарно-эпидемиологических мер и не менее ярых их противников, критикующих соглашение священноначалия с государствами, указывающих на неправомерность экстраординарных мер – закрытия храмов или проведения литургии и исповеди с соблюдением жёстких санитарных требований.

Первые итоги церковно-общественной жизни в условиях пандемии были незамедлительно подведены после отмены всеобщих жёстких ограничительных мер 24 июня 2020 г. на онлайн-вебинаре о влиянии пандемии *COVID-19* на церкви и их социальные учения, организованном рабочей группой ЕНП по межкультурному и религиозному диалогу, которую представлял ее сопредседатель, евродепутат Дьердь Хельвени. В вебинаре приняли участие представители католической, православной и протестантской церквей, которые обсудили влияние пандемии на церкви, и значение христианской веры для восстановления многообразной жизни Европы после первой вспышки эпидемии. Выступающие от комиссии епископских конференций ЕС (*COMECE*) о. Мануэль Барриос Прието, генеральный секретарь Конференции европейских церквей (*CEC*) д-р Йорген Сков Серенсен и генеральный секретарь *CROCEU* о. Георгий Валку были согласны с тем, что для европейских стран в условиях чрезвычайной ситуации человеческие жизни и социальная солидарность оказались выше экономических интересов, а церкви оказывали общественную и духовную поддержку населению в соответствии со своими богословскими принципами и особенностями.

Однако, по их общему мнению, открыт вопрос о соответствии ограничений, зачастую дискриминационных, вводимых государствами в условиях пандемии, со свободой совести и определением приоритетов разных сторон социальной и духовной жизни. В выступлении о. Георгий Валку подчеркнул исключительно важное и трепетное отношение православия к литургической практике: «большинство стран применяли карантинные меры, которые включали в себя квазитотальный запрет на общинные богослужения. Хотя – за очень редкими исключениями – никто не возражал против необходимости принятия церковью некоторых защитных мер… многие выражают – очень серьезную озабоченность, когда речь заходит о соразмерности (или, лучше сказать, отсутствии таковой!) и дискриминационном характере этих мер» [Rev. George Valcu 2020]. Реакция на пандемию в государственно-конфессиональных отношениях и религиозной жизни граждан государствами, входящими в Евросоюз, выявила новые проблемы. Самая фундаментальная и животрепещущая – конфликт между религиозной свободой и свободой убеждений и их ущемлением, оправданном пандемией. О. Гноргий Валку обращает внимание на критерии, которыми государства и Евросоюз руководствовались, определяя, какие из сторон общественной и индивидуальной жизни важнее и почему религиозные практики подпадают под запрет, в то время как допускается открытие магазинов и предприятий при соблюдении строгих санитарно-защитных мер, «одновременно отказывая верующим в праве исповедовать свою веру, при соблюдении тех же самых защитных мер?» [Rev. George Valcu 2020].

Каждая из церквей, в том числе и православная, основываясь на своём богословии и истории, предлагает ответы на запросы времени. Первым стала активизация социального служения, направленная на обеспечение нормального функционирования общества, заботу и любовь к ближним. Второй – поиск гражданским обществом оптимального баланса между ограничением вреда, причиняемого вирусом, и ущербом, наносимым мерами, призванными его сдержать. Мера здесь – уникальная ценность человеческой жизни. Односторонняя мобилизация системы здравоохранения на борьбу с пандемией блокировала, по мнению представителей церквей, её нормальную работу во благо всех страждущих, которых значительно больше, чем исключительно заболевших ковидом. Социальный консенсус, считают они, от национального до глобального уровня обеспечивается прежде всего широким информированием и открытым, демократическим обсуждением ситуации с пандемией и путей её решения со всеми составными частями гражданского общества. Стратегия консенсуса, поиска взаимоприемлемых решений важнее диктата чрезвычайной, спонтанной, запретительной тактики политиков, так как она направлена на защиту всех слоёв и групп населения вне зависимости от национальности, возраста и убеждений, она открыта и развивает принципы демократии. Критика однолинейных чрезвычайных управленческих мер со стороны *CROCEU* призывает к поиску точек баланса между необходимостью сдерживания эпидемии и не нанесения вреда человеку и отдельным человеческим сообществам. Тем самым православные церкви демонстрируют своё желание способствовать разрешению пандемического кризиса и показывают свой значительный гражданский потенциал в современном светском обществе.

**Литература**

Коммюнике о продолжающемся коронавирусном кризисе. 9 апреля 2020 г. Преподобный Джорж Валку. URL: <https://www.romorth.eu> (дата обращения: 14.08.2020).

*Лункин Р.Н.* Европейский вектор политики Русской православной церкви: особенности становления в постсоветский период // Вестник РУДН. Серия: Политология. 2018. № 2. С. 278-287.

*Лункин Р.Н*. Механизмы религиозной реакции на пандемию корона-вируса // Научно-аналитический вестник ИЕ РАН. 2020. № 2. С. 104-109.

*Мудров С.А.* Религия и европейская интеграция: взаимодействие церквей с учреждениями Европейского Союза: Монография. Барановичи: БарГУ, 2015. 182 с.

*Симонов В.В*. (архимандрит Филипп). Церковный универсализм и секулярный глобализм на перекрестке мирового кризиса // Российский журнал истории Церкви. 2020. № 1(2). С. 5-21. .

*Rev. George Valcu,* CROCEU General Secretary. The impact of COVID-19 pandemic on Churches – Churches’ Social Teachings in response to COVID. URL: <https://www.romorth.eu> (дата обращения: 14.08.20).

Sorin Selaru Representing the Orthodox Churches to the European Union. URL: <http://www.orthodoxero.eu/media/2015/ortodoksia_54_selaru.pdf> (дата обращения 15.05.2020).

**Olga K. Shimanskaya**

**CIVIC POTENTIAL OF RELIGIOUS ORGANIZATIONS DURING THE COVID-19 PANDEMIC in 2020 (ON THE EXAMPLE OF ORTHODOXY)**

***Institute of Europe of the Russian Academy of Sciences***

*The coronavirus pandemic that came to Europe in 2020 clearly showed that, despite the secular nature of the legislation of European countries, religious organizations are of great importance in the life of Europeans, forming the basis of the European value system. The Orthodox Churches of Europe, like other religious organizations in the region, are concerned about the thoughtfulness of agreements between Churches and state authorities in the context of an extraordinary prohibitive policy, its humanistic and democratic orientation. They participate in a broad public debate on the role and place of emergency policy in the context of a pandemic, especially regarding the prohibition or restrictions on worship in temples, strive to develop a public consensus between the observance of human rights, including the right to freedom of religion or belief, on the one hand, and the right to life and health protection, on the other hand.*

***Keywords.*** *European Union, Orthodoxy, coronavirus pandemic, civil society, state-confessional relations.*

**Раздел 2**

**ДИНАМИКА МАССОВОГО СОЗНАНИЯ**

**В ЦИФРОВОМ МЕДИАПОЛЕ**

**УДК 070**

**Наталия Олеговна Автаева**

**КОНТЕНТ-СТРАТЕГИИ МЕДИА СОЦИАЛЬНОЙ**

**ПРОБЛЕМАТИКИ В ЭПОХУ *DIGITAL***

***Нижегородский государственный университет***

***имени Н.И. Лобачевского***

*Эпоха диджитал (digital) диктует свои условия формирования медиаконтента для эффективного взаимодействия с аудиторией. Медиа социальной направленности необходима разработка и реализация контент-стратегии. В качестве предмета изучения выступает контент-стратегия социального портала «Такие дела», анализируются миссия, цель, жанрово-тематическая специфика данного медиа.*

***Ключевые слова.*** *Контент-стратегии медиа, эпоха digital, медиа социальной проблематики, «Такие дела», благотворительность.*

Цифровая среда обусловила появление разнообразных механизмов коммуникации с аудиторией. Функционирование многочисленных интернет-площадок диктует определенные требования к размещаемому контенту. Современные редакции стараются увеличить свою аудиторию за счет представленности на разных платформах: *Facebook*, «ВКонтакте», *Telegram*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube*, «Яндекс.Дзен», по возможности адаптируя контент под их особенности и правила. Таким образом, результативность деятельности медиа можно определить через число подписчиков и / или количество просмотров публикаций, поэтому на первый план выходит проработанность контент-стратегии медиа, которую и стоит изучать отдельно.

На отечественном медиарынке в последние 10–15 лет активно появляются проекты социальной проблематики, некоторые действуют под эгидой НКО и благотворительных фондов, другие заявляют о себе как о самостоятельных представителях социальной журналистики, но их объединяет общее дело: они реализуют гуманистическую миссию, несут благо обществу и человеку. Данная статья ставит своей целью описать специфику контент-стратегий медиа социальной направленности.

Теоретико-методологические основы контент-стратегии были систематизированы в трудах отечественных исследователей (П.Ю. Невоструева и Р.В. Каптюхина [Невоструев, Каптюхин 2014], Т.И. Фроловой [Фролова 2014], М.Н. Кима [Ким 2019]. Контент-стратегия – это содержательная политика медиа, которая аккумулирует в себе такие компоненты, как функциональная аудиторная направленность, способы коммуникации с реальной и потенциальной аудиториями, тематическое и структурно-композиционное наполнение. Контент-стратегия медиа включает в себя общую концепцию издания, коммуникативную стратегию, миссию, программу и содержательную модель. Рассмотрим эти компоненты подробнее.

Коммуникативные стратегии содержат определенную концепцию с конкретными установками, отбором материала, типом реагирования, подачей публикаций и т.д. Медиа социальной направленности опираются на стратегию «соучастия», т.е. основной задачей издания является проявление солидарности с читателями, некое партнерство.

Концепция – основная идея или центральный замысел, в зависимости от которых создается СМИ и осуществляется его деятельность. Медиа социальной направленности опираются на решение важных общественных проблем и помощь людям, столкнувшимся с подобными трудностями. Миссия – главное назначение издания, смысл его создания. Она включает в себя четыре составляющие: главенствующая цель проекта, девиз издания, функции и его политика. Программа состоит из таких базовых параметров, как учредители и соучредители, тематика, форма издания, ареал распространения и т.д. Модель представляет собой комплекс единых критериев функционирования издания и, в свою очередь, делится на содержательную модель, дизайнерскую модель и организационную модель.

В качестве эмпирической базы исследования выступают публикации некоммерческого социального портала «Такие дела», который функционирует под эгидой отечественного благотворительного фонда «Нужна помощь». Обратившись к методике контент-анализа, структурно-функциональному и типологическому подходам, выявим контент-стратегию данного медиа.

Миссия портала «Такие дела» обозначена в слогане-девизе: «Мы вернём в журналистику человека». Концепция медиа также прописана его создателями: «медиа, которое рассказывает о социальных проблемах и людях, которые с ними сталкиваются» [Такие дела 2021]. Главная функциональная особенность медиа – это привлечение денежных средств для решения социально значимых проблем и задач, то есть фандрайзинг, поэтому после каждого материала размещается форма для оформления пожертвования.

Что касается аудитории медиапроекта, то сайт посещают более 1 млн человек в месяц, а просматривают 2 млн. Основной трафик сайта идет из России (87%), на втором месте – Украина (3%). Чаще аудиторией интернет-портала становятся женщины – 75%, доля мужской аудитории составляет 25%.

Изначально сайт медиа социальной направленности *takiedela.ru* состоял из пяти разделов: «Герои», «Драмы», «Контекст», «Случаи», «Помогаем», в последнем собраны текущие и архивные благотворительные кейсы фонда. Сейчас он состоит из разделов: «Новости», «Истории», «Афиша», «Помогаем», «Магазин», «Партнерам». Для изучения контент-стратегии данного медиа обратимся к анализу разделов «Новости» и «Истории», которые содержат журналистские материалы.

Публикации портала рассказывают о людях, у которых есть проблемы со здоровьем, но они ведут борьбу с недугом, или же о людях с ограниченными возможностями, которые пытаются самостоятельно строить свою жизнь: работать и налаживать связи с социумом. Кроме того, отдельно можно выделить истории героев, которые спасают других от тяжелых заболеваний, помогают детям-сиротам, своей активной жизненной позицией они пытаются изменить общество.

Редакция выдвигает на первый план историю отдельно взятого человека, социальная проблема находит здесь персонификацию, частное становится публичным. Например, в материале «Страна невыученных уроков» [Авшалумова, Аверин 2020] говорится о сирийских детях, которые из-за противоречий в российском законодательстве не могут устроиться в российскую школу. Или же история Виктора [Авшалумова 2020], онкологического больного, которого больница сразу причислила к умирающим и отказалась наблюдать у себя из-за того, что у него обнаружилась запущенная стадия заболевания.

Жанровое многообразие публикаций до 2021 года было отражено в отдельном рубрикаторе, который включал в себя следующие разделы-жанры: «Заметка», «Репортаж», «Расследование», «Портрет», «Монолог», «Комментарий», «Инструкция», «Интервью», «Колонка», «Фотоистории», «Видео», «Мультимедиа», «Сюжеты». Отдельно можно выделить позиции «Спецпроекты» и «Книги». На сегодняшний день жанровый рубрикатор изменен, сейчас он состоит из шести категорий: «Репортажи», «Фотоистории», «Интервью», «Спецпроекты», «Объяснения» и «Инструкции». Стоит отметить, что жанровые разделы, которые предлагает редакция портала, часто не совпадают с фактическим жанром публикаций. Так, например, многие материалы, написанные в жанре портретного очерка, опубликованы в разделе «Репортаж», что осложняет анализ содержательной модели медиа.

Отдельного внимания заслуживают спецпроекты портала «Такие дела», которые представляют собой мультимедийные проблемные лонгриды. Например, документальный проект «Не один» о социальном сиротстве в России, реализованный при поддержке Фонда Тимченко в рамках Всероссийского конкурса медиапроектов по теме профилактики социального сиротства «Конёк». В нем представлены истории детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Отдельный раздел – «Энциклопедия социального сиротства», где дана трактовка основных терминов, использующихся для обозначения данного проблемного поля. Особо хочется отметить организационную модель данного спецпроекта: «Вы не сможете сейчас решить проблему, не сможете даже выбрать, что вам смотреть, а что – нет. Можете только узнать истории детей, переживших социальное сиротство» [Не один 2016], то есть редакция не дает права выбора историй аудитории, выстраивая собственный алгоритм знакомства с материалом.

Рассмотрим еще один спецпроект – «Наши люди», его автор – фотограф Мария Гельман, в ее объектив попали жители уникальной «деревни Светлана», где живут люди с ментальными расстройствами, а также воспитатели и их семьи. Вот как описаны принципы жизни в данном населенном пункте: «Слов «инвалид», «задержка развития», «ментальные особенности» и подобных в Светлане не произносят – только объясняя уклад жизни тем, кто пришел впервые. Тут о людях говорят: «наши люди», и все. Никаких границ, за которые трудно выбираться даже самым просвещенным и гуманным» [Наши люди, 2018]. Примечательно, что для преодоления острой социальной проблемы в данном случае было найдено вполне жизнеспособное решение, которое смогло сделать многих людей счастливее.

Таким образом, в контент-стратегии медиа «Такие дела» первостепенна обращенность к человеку и к социальным вопросам. Главное отличие контент-стратегии медиа социальной проблематики от любой другой – это направленность на служение интересам человека, превалирование гуманистических ценностей в процессе выбора и оценки жизненных реалий, постановка на первый план личности [Автаева 2020: 404]. Здесь важнее не что освещается, а как. Здесь в центре находится не сама проблема, а ее влияние на человека. Человек – главное звено в контент-стратегии данного медиа социальной направленности.

**Литература**

*Автаева Н.О.* Контент-стратегии медиа социальной направленности в условиях цифровой среды // Mediaобразование: Медиа как тотальная повседневность: материалы V Международной научной конференции / Под редакцией А.А. Морозовой. Челябинск: Челябинский государственный университет. 2020. С. 401-405.

*Авшалумова Р.* Его сдали в архив // Такие дела. 2020. 25 марта. URL: <https://takiedela.ru/2020/03/ego-sdali-v-arkhiv/> (дата обращения: 20.02.2021).

*Авшалумова Р., Аверин В.* Страна невыученных уроков // Такие дела. 2020. 12 марта. URL: <https://takiedela.ru/2020/03/strana-nevyuchennykh-urokov/> (дата обращения: 20.02.2021).

*Ким М.Н.* Стратегия и тактика СМИ в зависимости от типа аудитории // Научные труды Северо-западного Института управления РАНХиГС. 2019. Т.       10. № 4. С. 136-139.

Наши люди. Спецпроект о людях с ментальными нарушениями. 2018. URL: <http://svetlana.takiedela.ru/> (дата обращения: 20.02.2021).

*Невоструев П.Ю., Каптюхин Р.В.* Контент-стратегия интернет-маркетинга в контексте глобализации // Теория и практика общественного развития. 2014. № 3. С. 275-278.

Не один. Спецпроект о социальном сиротстве. 2016. URL: https://neodin.takiedela.ru/ (дата обращения: 20.02.2021).

Такие дела: медиа, которое рассказывает о социальных проблемах и людях, которые с ними сталкиваются. URL: https://takiedela.ru/ (дата обращения: 20.02.2021).

*Фролова Т.И.* Гуманитарные контент-модели в практике российских информационных агентств // Медиаскоп. 2014. № 1. С. 11.

**Natalia O. Avtaeva**

**CONTENT STRATEGIES OF MEDIA OF SOCIAL ISSUES**

**IN THE DIGITAL EPOCH**

***National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod***

*The epoch of digital dictates its own conditions for the formation of media content. It is necessary to develop and implement a content strategy for effective interaction of media with the audience. The subject of study is the content strategy of the social portal “Takie Dela”, the mission, goal, genre and thematic specifics of this media are analyzed.*

***Keywords.*** *Content-strategies ofmedia, the epoch of digital, media of social issues, “Takie dela”, philanthropy.*

**УДК 101.1:316**

**Надежда Дмитриевна Асташова**

**ШИФР «НАВЯЗАННОЙ РАЦИОНАЛЬНОСТИ»**

**В КОММУНИКАЦИЯХ МЕДИАПРОСТРАНСТВА**

***Нижегородский государственный университет***

***имени Н.И. Лобачевского***

*Рассматриваются аспекты формирования специфических коммуникаций в медиапространстве, отличительной особенностью которых становится навязывание символического потребления человеку, в результате чего утрачиваются критический взгляд на реальность и способность к творческому освоению действительности. Анализируется феномен «навязанной рациональности» в пространстве медиа. Делаются выводы о негативном влиянии шифра «навязанной рациональности». Рутинное, плоское существование, определяемое логикой алгоритмов предписанных схем, становится реальностью человека, который больше не способен на гармоническую и целостную реализацию. При таком подходе индивид перестает реализовываться как самостоятельный, творческий субъект, его жизнь определяет набор ценностей, ежедневно транслируемых информационными ресурсами.*

***Ключевые слова.*** *Рациональность, медиапространство, коммуникация, код, символ, реклама, Интернет.*

В век развития компьютерных и цифровых технологий их влияние на все сферы общества неизбежно и очевидно. Мы стали свидетелями формирования новых социальных принципов, в которых Интернет стал естественным и привычным спутником жизни. В таких условиях формировался новый тип социального пространства, ставший отражением новой системы общественных взаимодействий, основанной на цифровой, сетевой интеграции множества видов коммуникации, – медиапространство.

В глобальном медиапространстве коммуникация выступает не только формой связанности в сети информационных потоков (по М. Кастельсу), но и отражением движения ресурсов внутри подсистем общества (Т. Парсонс), функцией символического обмена (Ж. Бодрийяр), трансляцией мифов (К. Леви-Стросс, Р. Барт), обменом взглядами в уличной сцене (Э. Гидденс), диалогом между двоими (М. Бубер), текстом культуры (Ю. Лотман) и т.д. Из приведенных примеров видно, что современными философами практически любая сфера человеческой жизни может быть понята как коммуникационный процесс. Однако при всем многообразии трактовок большинство исследователей склоняются к признанию универсальности категории коммуникации в качестве главного фактора формирования представлений о медиапространстве.

Используя модель коммуникации как операции смысла, Н. Луман понимает общество как информацию, распространяющуюся в стороны, или как некую машину, производящую социальные смыслы [Luhmann 1984]. Ключевое значение в данном процессе отводится СМИ, которые становятся по отношению к человеку контролирующей системой. Они обеспечивают доступность события или явления в любой точке мира, что создает информационную избыточность, перегружает сознание зрителя обилием фактов, в итоге приводит к пассивности и апатии человека, не желающего больше каким-либо образом участвовать в собственной действительности. Желая полностью удовлетворить потребность в зрелищах и развлечениях, авторы медиапространства пренебрегают смыслом и содержанием информации. Жизнь нашего современника, и здесь нельзя не согласиться с Ж. Бодрийяром [Бодрийяр 1999], оказывается во власти медиа, формирующих симулятивную картину реальности. Существование человека теперь сводится к потреблению навязываемых СМИ образов, которые претендуют на то, чтобы стать «метаязыком отступающего мира» [Бодрийяр 2006: 161]. Мир симуляций полностью поглотил культуру и историю, в которых массы перестали выражать себя. Преодолеть такое состояние с точки зрения Ж. Бодрийяра невозможно, поскольку люди разучились творчески проявлять себя, для них коммуникация – это схема передачи информации, но никак не форма активного взаимодействия.

Информационные ресурсы (СМИ, Интернет, реклама) при помощи знаков и символов вписывают современного человека в формат предписанных отношений, формируя устойчивые психологические установки, при этом блокируя возможности возникновения реакций, способных изменить заданный порядок. Господство технологий телевидения и Интернета стало наиболее эффективным методом контроля коллективного сознания. Унификация сознания масс при помощи медиа привела к «одномерности» (Г. Маркузе) мировосприятия, блокировке критического мышления. «Символическое порабощение» становится отличительной особенностью «общества контроля», переход к которому констатирует Ж. Делёз: «Язык обществ контроля основан на шифре, который допускает вас к информации или отказывает в доступе» [Делёз 2004]. Реклама ведет активную работу по формированию «правильных» представления об образе жизни, который надлежит вести индивиду. В итоге реальность жестко регламентируется набором специфических знаков и кодов, транслируемых медиа. Коммуникация в такой ситуации представлена максимально упрощенной бинарной схемой кодировки (допустимое –недопустимое, ложное – истинное и т.п.). Рутинное, плоское существование, определяемое логикой алгоритмов предписанных схем, становится реальностью человека, который больше не способен на гармоническую и целостную реализацию. При таком подходе индивид перестает реализовываться как самостоятельный, творческий субъект, его жизнь определяет набор ценностей, ежедневно транслируемых информационными ресурсами, при помощи «навязанной рациональности» [Асташова 2020] убеждающих его в целесообразности и оправданности символического потребления.

Активное распространение информационных технологий и использование компьютерных алгоритмов, способствующих повсеместной рационализации деятельности человека, служит аргументом в пользу принятия принципов рациональности в качестве основы взаимодействий современного общества. Развивая тему тотальной рациональности, можно отметить изменение характера коммуникаций, все больше напоминающих безличную рациональность машин, в которых человек лишь часть программируемой цепи.

Проникновение рационального начала во все сферы социума порождает низкую осведомлённость человека относительно реальных механизмов его существования, как отмечал М. Вебер [Вебер 1990]. Навязывание технологически обусловленной рациональности, требующей систематизации и логичности алгоритмов поведения, более характерных для компьютерных программ, чем для естественного поведения человека, образует жесткие рамки, в которых объективное понимание реальности утрачивается. Здесь мы можем говорить о феномене «навязанной рациональности», парализующей истинные установки и желания человека. Под воздействием *навязанной рациональности*, преподносимой как «истинный» мотив действия, меняются приоритеты и цели, а действие подчиняется чуждыми интересам. В отличие от манипуляции, которую возможно различить, *навязанная рациональность* преобразует мировоззрение и мышление коллективного субъекта, поэтому, находясь под воздействием алгоритмов коммуникаций глобального медиапространства, ее невозможно вычислить.

Транслируемая СМИ и рекламой «навязанная рациональность» убеждает индивида в том, что его поведение разумно и логично. Скрытая информационным многообразием медиапространства иллюзорность происходящего остается непроницаемой для наблюдателя. Под воздействием «навязанной рациональности», образующей стройную систему целей и потребностей, критическое мышление человека растворяется в многообразии знаков и символов информационной реальности. «Навязанная рациональность» находит объяснения действиям, имеющим иные, нерассудочные мотивы, ввергая индивида в водоворот рефлексии, лишенной смысла. Создавая программу мнимой целесообразности и логичности, «навязанная рациональность» формирует систему контроля над личностью, ее чувствами и желаниями.

Можно сделать выводы о том, что «навязанная рациональность» превращается в способ существования современного человека, при котором он лишается возможности самостоятельно мыслить и вынужден руководствоваться моделями поведения извне. В этом смысле медиапространство, транслирующее шифр «навязанной рациональности», напоминает «гигантский сборочный завод: индивиды, движущиеся неслучайным образом от одного пункта цепи к другому» [Baudrillard 1994: 75], в котором человек лишь деталь программируемой цепи. Современное медиапространство больше напоминает машину, производящую социальные смыслы и образы. Здесь нельзя не отметить фактор опосредованного влияния компьютерных технологий с их чрезмерной механистичной рациональностью на информационные ресурсы, в результате которого человек активно включается в потребление навязываемых медиа образов. Находясь под воздействием упрощенных шифров «навязанной рациональности», человек утрачивает способность к деятельному, творческому освоению мира, принимая за основу ценности символического потребления в медиапространстве. Таким образом, не без грусти мы вынуждены констатировать, что символическое порабощение при помощи медиа становится отличительной особенностью жизни современного социума.

**Литература**

*Асташова Н.Д.* В пространстве «навязанной рациональности»: Монография. Н. Новгород: Нижегородский гос. ун-т им. Н.И. Лобачевского, 2020. 179 с.

*Бодрийяр Ж.* Реквием по массмедиа // Поэтика и политика: альманах Рос.-франц. центра социологии и философии Ин-та социологии РАН. М.: Ин-т эксперим. социологии; СПб.: Алетейя, 1999. С. 193-226.

*Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Культурная революция, Республика, 2006. 269 с.

*Вебер М.* Наука как призвание и профессия // М. Вебер. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 707-735.

*Делёз Ж.* Рost scriptum к обществам контроля // Ж. Делез. Переговоры. СПб: наука, 2004. 232 с.

*Baudrillard J*. Simulacra and Simulation. Ann Arbor. 1994.

*Luhmann N.* Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1984. 674 S.

**Nadezhda D. Astashova**

**THE CIPHER OF “IMPOSED RATIONALITY” IN MEDIA SPACE COMMUNICATIONS**

***National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod***

*Aspects of the formation of specific communications in the media space are considered, the distinctive feature of which is the imposition of symbolic consumption on a person, as a result of which he loses a critical view of reality and the ability to creatively master reality. The phenomenon of “imposed rationality” in the media space is analyzed. Conclusions are drawn about the negative impact of the code of “imposed rationality”. A routine, flat existence, defined by the logic of the algorithms of prescribed schemes, becomes the reality of a person who is no longer capable of a harmonious and holistic realization. With this approach, the individual ceases to be realized as an independent, creative subject, his life is determined by a set of values, daily broadcast by information resources, with the help of “imposed rationality”.*

***Keywords.*** *Rationality, media space, communication, code, symbol, advertising, Internet.*

**УДК 1751**

**Елена Валерьевна Борисова**

**Вероника Владимировна Дубровская**

**ДИСКУРСИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НОВОСТНОЙ**

**СТАТЬИ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОЙ**

**АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КАЧЕСТВЕННОЙ ПРЕССЫ)**

***Нижегородский государственный лингвистический университет***

***имени Н.А. Добролюбова***

*В статье рассматриваются дискурсивные характеристики жанра новостной статьи. Отдельно рассматриваются отношения между стилистическими особенностями новостной статьи и ее тематикой.*

***Ключевые слова.*** *Статья, жанр, дискурсивные характеристики, тематические особенности, публицистический текст.*

Данная работа посвящена изучению дискурсивных характеристик новостной статьи, которая на данный момент является одним из самых популярных и востребованных журналистских жанров на сайтах периодических изданий.

В связи с перемещением в глобальную сеть Интернет печатных изданий авторы и читатели приобрели больше возможностей для выражения собственного мнения. Ввиду этих изменений появилась потребность в более подробном изучении характеристик новостной статьи с учетом специфики места ее публикации (в сети Интернет).

В первую очередь необходимо дать определение статьи, однако современные исследователи не предлагают конкретного определения, а лишь выделяют основные функции статьи:

1. глубокое исследование предмета с целью выявления его истоков, механизма, движущих сил и вероятных последствий (решается путем выявления причинно-следственных связей);
2. оценка события / явления, обобщающая характеристика предмета;
3. построение прогнозов, модели, вариантов развития события [Лазутина, Распопова 2011; Анненкова 2014].

Многообразие функций новостной статьи позволяет определить статью как универсальный способ передачи информации, фактов, мнений и других продуктов мыслительной деятельности.

Статья основана на материалах раздела *Lifestyle* газеты *The Guardian*. Они будут применяться для создания классификации новостных статей и изучения их дискурсивных особенностей.

*The Guardian* – ежедневная леволиберальная газета Великобритании, имеющая репутацию так называемой качественной прессы. Ее сайт является одним из самых посещаемых среди сайтов британских газет, хотя информация с сайта может отличаться от информации в бумажном издании [Большая российская энциклопедия].

Все статьи изучаемого раздела *Lifestyle* сгруппированы в 11 подразделов в соответствии с их тематикой: «Мода», «Еда», «Здоровье», «Дом и сад», «Путешествия» и другие. То, что статьи размещены в подразделы исходя из их тематики, подтверждается заголовками статей.

Так, вразделе *Fashion* встречаются статьи со следующими названиями: «*Hail Satan* ***shoes****: why did the ‘Banksy of the internet’ [MSCHF] put blood in 666 Nike Air Max?»*; «*For effortless* ***style****, let Fran Lebowitz be your guide*»; «*Why the big bright* ***dress*** *will be a post-lockdown fashion staple»*. Вразделе *Food*: «*At last, printed* ***menus*** *and a chance to wear smoky eyeshadow again»*; «*What got me through lockdown? Sharing* ***pork belly*** *with the next-door neighbours»*; «*Bake Off winner David Atherton: ‘I enjoy* ***the buns*** *innuendos!’»*. Вразделе *Home & Garden*: «*‘Get the biggest cardboard box you can find …’ How to declutter your* ***home*** *as lockdown eases»*; «*Save the queen, save the hive: how to live in harmony with* ***bees***; *Spring* ***gardening****: savvy tips to save you time and money»*.

Для более подробного анализа были выбраны несколько подразделов.

В подразделе *Fashion* дается обзор последних модных тенденций, оценка последних представленных коллекций одежды, обуви и аксессуаров, разбираются ошибки читателей в вопросах моды и стиля (в рубрике ответов на вопросы читателей экспертами газеты), а также проводится краткий экскурс в историю моды и биографию деятелей данной индустрии.

Говоря о заголовках данного подраздела, можно выделить некоторые закономерности. Так, если статья представляет собой обзор предметов одежды или обуви, как правило, в названии фигурирует обобщающее слово или словосочетание (часто метафора) и яркое описание предложенных вещей, включающее их количество.

Например, статья о серьгах, соответствующих последней моде, называется «***Get the hang of it****:* ***10*** *of the best earrings – in pictures*», а заголовок статьи о сумках: «***Pack it up****:* ***20*** *of the best weekend tote bags – in pictures*». Лексику данного раздела можно классифицировать как неформальную, кроме того, часто употребляются вставные конструкции, эпитеты и сравнения:

*The transparent gel* ***(great for anyone with a darker skin tone, as well as beardy men)*** *plumps and hydrates skin within moments*;

***Surrogate*** *social life*;

***Haughty*** *French chic*;

*The* ***low-key re-entry phase*** *of real-world*;

***Her clothes are sweet – as sweet as the cupcakes*** *on display in the coffee shop where she works.*

В разделе *Health & Fitness* рассказывается о преимуществах здорового образа жизни, описываются различные виды спорта, анализируются их преимущества и недостатки. Часто рассказ в статьях данного подраздела ведется с точки зрения определенного человека. Цитирование этого человека является популярным способом озаглавливания в рассматриваемом подразделе:

*Most yoga is frustrating for* ***me****, so* ***I’****ve turned to Bollywood dancing*;

*Kintsugi helped* ***me*** *to understand my brother’s death*;

*Fit in my 40s: am* ***I*** *fat-shaming my dog if we work out together?*

Другой языковой особенностью подраздела *Health & Fitness* является частое использование риторических вопросов, что объясняется аналитической направленностью статей: в них происходит сопоставление различных спортивных дисциплин и стилей жизни, анализ их недостатков и преимуществ и формулирование вывода, содержащего авторское мнение по проблеме статьи.

*You know when you have a trauma, and you replay the moment many times, wishing you’d done things differently****?***

*Who (except me) would ever fat-shame their own dog****?***

*My absolutely honest conclusion****?***

Изучив заголовки статей данного подраздела, мы пришли к выводу о том, что в них есть схожие черты с заголовками подраздела *Fashion*, а именно наличие общей характеризующей фразы и следующего за ней более подробного описания:

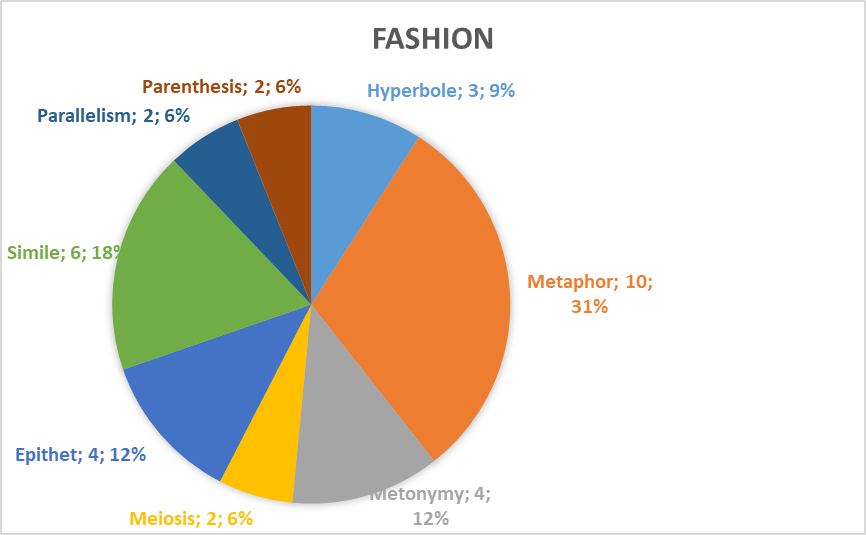
***On your bike****: the best books to celebrate the cycling boom*;

***Fit in my 40s****: wildlife distractions aside, national parks are perfect for a workout*;

***‘Good shock value’****: CSIRO holds a mirror to Australia’s junk food habits*.

Также были проанализированы особенности использования стилистических средств в статьях раздела *Lifestyle.* В результате исследования было выявлено, что самым стилистически наполненным подразделом является *Fashion.*

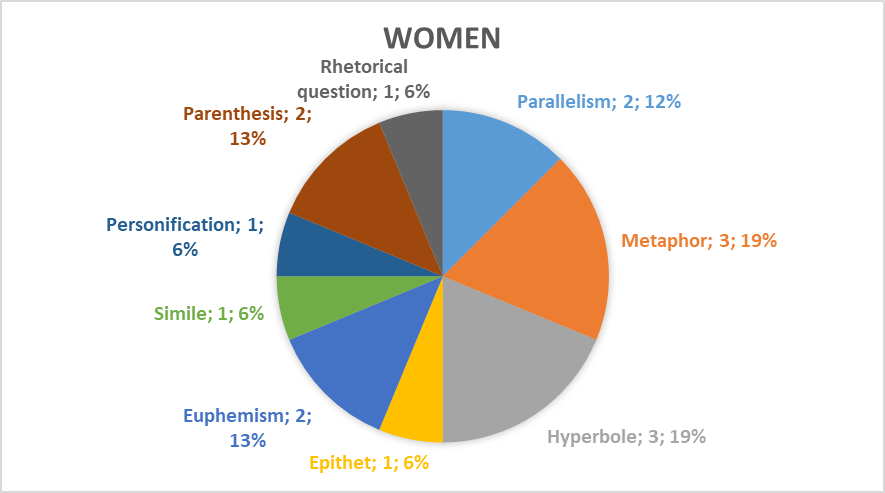
Примерное соотношение стилистических средств в данном подразделе выражено в диаграмме (см. рис. 1):



*Рисунок 1. Стилистические средства подразделы Fashion*

Такой результат объясняется тем, что статьи подраздела *Fashion* носят в основном описательный характер, их текст имеет скорее художественный, нежели публицистический характер. Этим и обусловливается частота использования тропов.

Следующий по частоте использования стилистических приемов – подраздел *Women* (см. рис. 2).Он тоже характеризуетсяхудожественной направленностью текстов статей, частым использованием различных средств выразительности. Кроме того, в подразделе нередко публикуются интервью, что объясняет появление такого стилистического приема, как парантеза, среди наиболее популярных.



*Рисунок 2. Стилистические приемы подраздела Women*

Таким образом, в ходе исследования было установлено, что статья является универсальным способом передачи информации, фактов, мнений и других продуктов мыслительной деятельности. Основным предметом изучения в данном исследовании стал раздел *Lifestyle* газеты *The Guardian*. Были установлены некоторые отличительные черты в способах озаглавливания, структуре предложений и употреблении терминов в данном разделе.

Литература

*Анненкова И.В.* Речевые жанры в массмедиа //Медиалингвистика. Вып. 3. Речевые жанры в массмедиа: сб. статей / под ред. Л.Р. Дускаевой; отв. ред. Н.С. Цветова. СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и масс.коммуникаций», 2014. С. 5-8.

*Гардиан* // Большая российская энциплопедия. URL:  <https://bigenc.ru/world_history/text/2344643> (дата обращения: 15.11.2020).

*Лазутина Г.В., Распопова С.С.* Жанры журналистского творчества: уч. пос. для студ. вузов. М.: Аспект Пресс, 2011. 298 с.

**Elena V. Borisova**

**Veronica V. Dubrovskaya**

**DISCOURSECHARACTERISTICS OF A NEWS ARTICLE**

**(BASED ON MATERIAL FROM MODERN English-language QUALITY NEWSPAPERS)**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*The article discusses discourse characteristics of a news article. The relation between stylistic peculiarities of the news article and its topic is studied thoroughly.*

***Keywords.*** *Article, genre, discourse characteristics, topical peculiarities, publicistic text.*

**УДК 32.019.5**

**Ольга Юрьевна Вербицкая**

**Ирина Андреевна Петрова**

**АМЕРИКАНСКОЕ МЕДИАПРОСТРАНСТВО**

**В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ**

***Иркутский государственный университет***

*Исследуется проблема особенностей современного американского медиапространства в цифровую эпоху. Цель авторов – акцентировать внимание на важности роли потребителя в создании и распространении современного медиаконтенте.*

***Ключевые слова.*** *Американское общество, медиапространство, радиовещание, телевидение, цифровая платформа, медиа-контент, цифровая эпоха.*

Средства массовой информации существенно влияют на жизнь американского общества. Несмотря на то, что пресса, телевидение и радио все еще остаются главными средствами коммуникации, все больше и больше американцев выбирают Интернет как основной способ получения информации. В американском обществе информации отводится центральная роль. Идея о том, что хорошо проинформированное общество является лучшим защитником своих прав и свобод, до сих пор считается ключевой. Американские СМИ заостряют внимание общественности на многих аспектах жизни, в частности: политических событиях, ущемлении чьих-либо прав и свобод, ошибках правительства или политических деятелей.

Американские средства массовой информации являются самыми многочисленными и разнообразными в мире. Можно выделить три основных средства подачи информации: печатные издания (газеты, журналы), радио, телевидение.

Поскольку бумажный вариант газет и журналов на данный момент теряет популярность среди среднестатистических американцев, все большую значимость и, соответственно, влияние на формирование общественного мнения приобретают такие средства массовой информации, как радио (являющееся комплексным СМИ) и телевидение.

Радио является вторым по популярности источником информации. Первая радиовещательная станция *KDKA*, открытая в Питсбурге в 1920 году, передавала новости, музыкальные передачи и спортивные репортажи. Через два года в США насчитывалось уже 30 радиостанций, а еще через два – более 500. Радиопередачи стали жанрово разнообразнее. Транслировались различные спектакли из знаменитых театров, концерты симфонической музыки, комедийные сериалы и драмы. Позже конкуренция между прессой и радио за распространение новостей значительно выросла. Но с активным развитием телевидения радио, как и пресса, утратило популярность. В дальнейшем благодаря большему специализированию станций по их содержанию и характеру передач, в том числе и на других языках, аудитория начала возвращаться. В настоящее время в США вещают около 160 радиостанций на испанском языке, ряд крупных колледжей и университетов также имеют собственные радиостанции – около 400.

Кроме того, в США насчитывается около десяти тысяч коммерческих радиостанций. Одна из крупнейших коммерческих сетей *Clear Channel* включает в себя свыше 1200 станций. Национальное общественное радио включает в себя около 600 станций по всей стране. К ним относится, например, National Public Radio – сеть радиостанций, транслирующих качественные новости, культурные программы и музыку.

Самым массовым и влиятельным СМИ в США является телевидение. Массовое производство телевизионных приемников с девятидюймовым экраном началось в Америке в 1939 году. В 1950-х годах они появились практически во всех американских домах и сразу стали основным средством предвыборной агитации. Партийная лояльность ослабла, и число независимых избирателей росло быстрыми темпами, в результате чего кандидаты уделяли меньше внимания сплоченным сторонникам и обращались к независимым избирателям. Они приняли методы телевизионной рекламы в качестве основного инструмента кампаний. Сначала партии оплачивали радиоролики продолжительностью до получаса. К 1960-м годам они обнаружили, что 30-секундная или минутная реклама, повторяемая снова и снова, является наиболее эффективным и относительно дешевым способом привлечения аудитории.

Можно выделить несколько наиболее популярных в США телесетей:

1. *PBS* (*Public Broadcasting Service*). Это крупнейшая частная некоммерческая американская корпорация, которая была создана в 1969 году. В  нее входят более 350 некоммерческих станций, которые распределяют программы между собой. Качество передач, таких как местные и международные новости, образовательные и развлекательные программы, остается на высоком уровне. Телевизионная сеть признавалась самой надежной на протяжении 13 лет подряд.

2. *NBC* (*National Broadcasting Company*). Эта компания является лидером в сфере применения телевизионных технологий и программной политики. В середине 1990-х годов благодаря активной кампании по продвижению и привлечению популярных программ ей удалось завоевать почетное место среди американских телесетей. На сегодняшний день одна только новостная программа *Today* приносит компании доход в размере 300 млн долл. в год.

3. *ABC* (*American Broadcasting Corporation*). Данная телевизионная сеть была создана на базе второго канала *NBC* в 1943 году и с тех пор занимает третье место среди популярнейших сетей американского телевидения. С 1995 года сеть *ABC* принадлежит *Walt Disney Corporation*.

4. *CBS* (*Columbia Broadcasting System*). Эта компания была создана в 1927 году под названием «Объединенные независимые вещатели» (*United Independent Broadcasters*), после перешла в частную собственность. На данный момент компания практически на одном месте по популярности с *NBC*.

5. *FOX* (*Fox Broadcasting Company*). Одна из крупнейших телекомпаний мира, основана в 1986 году в Нью-Йорке. Входит в «большую четверку» американских телевещательных компаний вместе с *ABC*, *CBS* и *NBC*. В отличие от традиционных сетей, *FOX* широко использует кабельные сети для трансляции своих программ, что позволяет значительно расширить аудиторию.

Первые кабельные каналы появились в 1940-х, а их прорыв случился в 70-е годы прошлого века, когда почти в каждом домохозяйстве было кабельное телевидение.

Наиболее успешными телеканалами являются *USA Network*, *MTV*, *ESPN*, *Fox Sport и Fox News*, *CNN*, *Disney Channel*, *Nickelodeon*, *Cartoon Network*, *Discovery Channel*, *Animal Planet*, *TBS*.

Большую часть дохода эфирным сетям приносит реклама. Все без исключения каналы конкурируют между собой, и данная сфера продолжает занимать первое место по охвату аудитории.

В современную эпоху цифровых платформ журналистика и средства массовой информации стали объектом пристального внимания. С появлением таких цифровых платформ, как *Google* (в 1998 году), *Facebook* (в 2004 году) и *Twitter* (в 2006 году), вопросы о роли и ценности новостей становятся все более актуальными; более того, цифровые платформы привели к изменениям в потреблении, распространении и производстве новостей: если раньше производители новостей стремились быть и их распространителями, то в настоящее время роль распространителей на себя взяли также потребители информации и цифровые платформы. Таким образом, отношения между новостями и их аудиторией стали более сложными и многослойными, что имеет далекоидущие последствия как для потребителей и производителей новостей, так и для цифровых платформ.

Преимущества недавних изменений многочисленны. Цифровые платформы дали производителям новостей доступ к значительной аудитории, в то время как поисковые системы и социальные сети вовлекают глобальную аудиторию с беспрецедентной скоростью. Это объясняет успех таких интернет- агентств, как *Upworthy*, *Buzzfeed* и *Vox*, которые овладели искусством создания вирусного контента. В результате потребители новостей получают доступ к беспрецедентному массиву контента. Действительно, потребители теперь могут стать производителями, о чем свидетельствует появление таких терминов, как «prosumer» и «produser».

Традиционно средства массовой информации функционировали на двустороннем рынке со своей аудиторией и рекламодателями, где демократический обмен был значительным положительным внешним эффектом. Однако в эпоху цифровых платформ этот двусторонний рынок превратился в многосторонний. Таким образом, благодаря цифровым платформам отношения между производлителями и потребителями новостей стали более тесными, гибкими и интерактивными. Это важно, поскольку отношения между средствами массовой информации и общественностью имеют решающее значение. На этом многостороннем рынке новостные СМИ взаимодействуют с аудиторией, рекламодателями и цифровыми платформами.

Цифровые платформы обычно не производят новостной контент. Однако они играют ключевую роль в распространении новостей. Они также формируют информационную повестку дня. Таким образом, они являются не столько производителями контента, сколько простыми посредниками. Они выполняют гибридную роль, которая включает в себя в некоторой степени как распространение, так и принятие решений о том, что является и не является приемлемым контентом. Это особенно заметно на примере социальных сетей. Таким образом, на настоящий момент повестка дня контролируется как новостными компаниями, так и цифровыми платформами, которые играют значительную роль в распространении новостей. И все чаще участие общественности также помогает формироватьь повестку дня.

В эпоху фальшивых новостей и вирусного контента журналистика должна была измениться. С одной стороны, появление технологий Web 2.0 и гражданской журналистики изменило основную функцию журналистики – предоставление информации, превратив ее в нечто гораздо более спорное, активное и, возможно, важное. Рост гражданской журналистики и «свободного» онлайн-контента превратил новостную экосистему из мира «ограниченной информации» в мир «подавляющей, часто необработанной информации». Это акцентирует роль журналистов и СМИ в организации эффективного и надежного процесса, который приводит к преобразованию скудной в богатую информацией среду. Одной из главных дилемм любительского производства становится вопрос о том, как организовать, рационализировать и систематизировать выпуск новостей. На рынке, где легко создать новую новостную организацию, стабилизация и поддержание импульса в среднесрочной и долгосрочной перспективе является сложной задачей. Понимание того, как СМИ организуют свою работу, является «недостающим звеном» в создании процветающей цифровой новостной экосистемы, которая позволяет журналистике выполнять свои традиционные функции. С этой точки зрения стабильность может стать существенной новой ценностью для журналистов и средств массовой информации.

Аудитория во многих случаях становится главным двигателем того, что публикуется. В настоящее время вовлечение аудитории является ключевым маркером журналистского авторитета и основной ценностью. В результате происходят изменения в типе и диапазоне создаваемого и потребляемого контента.

Благодаря технологическим инновациям потребление новостей резко меняется. Путь распространения новостей становится все более широким. Однако, несмотря на все это изобилие, модели потребления и привычки остаются плохо понятыми. Как пишет Джоэль Сварт, «современный информационный ландшафт характеризуется обилием цифровых средств массовой информации и расширенными возможностями для пользователей самостоятельно ориентироваться в новостях. Тем не менее до сих пор неясно, как люди воспринимают эту изменчивую среду, каким образом решают, какие средства массовой информации выбрать, а какие игнорировать» [Swart 2017]. Для сегодняшних потребителей новости доступны, удобны и часто бесплатны. Часто они индивидуализированы и персонализированы. Однако потенциальные выгоды и вред не всегда хорошо осознаны.

Журналистика не стоит на месте, она менялась и до появления цифровых платформ, однако цифровые платформы оказали значительное влияние на производство новостей, и журналистике не оставалось ничего другого, как адаптироваться. Прежде всего журналисты воспринимают вовлеченность аудитории как основную ценность, имеющую как положительные, так и отрицательные последствия. Одно из последствий заключается в том, что более короткий и эмоциональный контент имеет гораздо большую распространенность.

Цифровые платформы также оказали значительное влияние на потребление новостей. Потребители все чаще получают доступ к своим новостям через социальные сети. Столкнувшись с беспрецедентным выбором и удобством, сегодняшние потребители привыкли получать новости «бесплатно», и во многих случаях потребители могут стать частью процесса распределения и «производства» новостей. Они могут делиться, реагировать и комментировать. Они могут создавать контент. Тем самым роль потребителея в современном медиапространстве возрастает, так как он становятся также создателем определенного новостного контента.

**Литература**

*Swart J., Peters C., Broersma M.* Navigating Cross-Media News Use: Media Repertoires and the Value of News in Everyday Life 2017 // Journalism Studies. 2017. Vol. 18. Is. 11. P. 1343-1362.

**Olga Yu. Verbitskaya**

**Irina A. Petrova**

**AMERICAN MEDIA SPACE IN THE DIGITAL AGE**

***Irkutsk State University***

*This article is devoted to some aspects of American media space in the modern digital epoch. The authors’ goal is to focus the attention on the significance of a consumer role in the current media space.*

***Keywords.*** *American society, media space, radiobroadcasting, TV broadcast, digital platform, media content, digital epoch.*

**УДК** [**659.18**](https://www.teacode.com/online/udc/65/659.18.html)

**Марина Александровна Воеводкина**

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ**

**ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ**

***Нижегородский государственный лингвистический***

***университет имени Н.А. Добролюбова***

*В статье рассматривается проблема динамичного развития интернет-технологий с целью удовлетворения предпочтений аудитории, создания спроса и предложения. Люди стремятся сделать условия существования более комфортными, полагаясь на технологии, в основном на цифровые устройства.*

***Ключевые слова.*** *Интернет-реклама, форматы, автоматизированный процесс, социальные сети, нативная реклама, видео.*

Интернет-реклама стремительно развивается и охватывает большую часть современного рынка рекламы. Интернет коренным образом изменил рекламную индустрию, и она продолжает меняться по мере появления новых технологий и платформ. На данный момент существует множество площадок и мест для размещения рекламы в Интернете. Перед интернет-пользователями происходит демонстрация большого объема рекламных баннеров, видеороликов в течение одного дня. Поэтому у рекламодателя стоит задача – создать что-то особенное, чтобы из массы рекламных потоков запомнился определенный бренд. Основная тенденция интернет-рекламы – активное использование нестандартных видов коммуникации. Применение нестандартных коммуникаций требует креативных идей и широкой осведомлённости о потребительской аудитории.

Интернет-реклама использует преимущество новых платформ, включая электронную почту, поисковые системы, социальные сети, мобильные приложения для передачи рекламного сообщения определенной группе людей. Ежедневный мониторинг определенных источников позволяет использовать современные рекламные инструменты. Рекламодателям важно демонстрировать творческий подход, чтобы правильно взаимодействовать с новыми платформами. Для проведения эффективной рекламной кампании на просторах Всемирной сети рекламодателям необходимо быстро адаптироваться к изменениям в сфере интернет-технологий, чтобы предоставлять уникальный, интересный, развлекательный или информативный контент для охвата широкой аудитории.

Автоматизация является неотъемлемой частью работы с большими потоками информации. В современной онлайн-среде принято использовать автоматические алгоритмы для анализа данных, чтобы оценить поведение пользователей. В первую очередь для рекламодателя Интернет является хранилищем данных о потребителях, с помощью которых формируется целевая аудитория. Автоматизированные рекламные платформы экономят время и деньги, освобождая рекламные агентства, которым необходимо создавать и управлять рекламными кампаниями. Автоматизированные платформы *RTB* (от англ. *Real Time Bidding*) используют данные для назначения ставок за рекламное место [Толмачев: 2017: 201]. Это считается доминирующей бизнес-моделью для интернет-рекламы в будущем. Происходит автоматическое определение эффективности использования тех или иных площадок и оценивается предполагаемый результат. Автоматизированная система программатик работает намного эффективнее и быстрее, что означает более высокие конверсии и более низкие затраты на привлечение клиентов. Данные платформы можно настроить на работу до тех пор, пока они не достигнут определенной рентабельности инвестиций.

В рамках автоматизированной работы существует предиктивное программирование, которое упрощает технологии размещения интернет-рекламы. Система собирает и анализирует широкий спектр данных о поведении отдельных пользователей в Интернете. Это огромное количество полезной информации, синтезируемой в профиль пользователя, на которого в дальнейшем будет направлен таргетинг. Поведенческий таргетинг, также известный как персонализация, представляет собой ориентированную на клиента маркетинговую стратегию с целью доставки целевого сообщения. Благодаря возможностям таргетинга легко отслеживать личные интересы, чаще всего с помощью файлов *cookie* на индивидуальном уровне. Эта современная технология показывает, что предиктивное программирование намного сложнее и требует детальных настроек, чтобы найти уникального пользователя [Щербаков 2018: 111]. Разновидностью таргетинга является ретаргетинг. Это важный инструмент, который позволяет демонстрировать рекламный блок несколько раз после предварительного взаимодействия. Стоит отметить, что предиктивное программирование распределяет рекламные сообщения только для необходимого сегмента людей.

Баннерная реклама, также называемая медийной рекламой, состоит из статических или анимированных изображений или мультимедиа. Данные блоки размещают в хорошо заметных областях на веб-сайтах с высокой посещаемостью. Медийная реклама привлекательна и направлена на повышение узнаваемости бренда, способствует привлечению потенциальных клиентов и перенаправлению аудитории. Баннеры не только продвигают бренд, но также имеют тенденцию напрямую ссылаться на страницу, где пользователи могут получить дополнительную информацию и совершить покупку. Эффективные рекламные баннеры кратко транслируют информацию, так как имеют ограниченный объем размещения в поле зрения читателя. Баннерные объявления также можно использовать с современными методами таргетинга, чтобы объявления были видны тем, кто сочтет их наиболее полезными. Существует несколько способов закупки баннерной рекламы: CPC – стоимость за клик, CPM – стоимость за показ, CPA – стоимость за действие. Оплата за клик происходит за пользователя, который совершил нажатие на рекламное объявление и перешел на сайт клиента. Закупка по показам более популярная и носит имиджевый характер. Оплата происходит за каждого посетителя сайта, который посмотрел рекламу. Реже используют закупку по стоимости за действие. Как правило, данный вид имеет ряд особенностей и цены выше, чем у стандартных способов. Однако хороший результат и наличие конверсий будут заметны уже в первые дни кампании.

Медийная реклама охватывает большое количество уникальных пользователей. Помимо статичных баннеров реклама оснащена инструментами *rich-media* – это цифровой рекламный термин, который включает расширенные функции, такие как видео, аудио или другие элементы, которые побуждают пользователей взаимодействовать с контентом. Использование нестандартных форматов привлекает пользователей и повышает заинтересованность к рекламируемому продукту. Мультимедийная реклама привлекательна, динамична и приводит к большему взаимодействию, увеличению количества конверсий, а также к повышению рейтинга кликов. Поскольку многие люди страдают «баннерной слепотой», непросто создать рекламу, с которой будет взаимодействовать аудитория.

Существует еще одна форма, которая борется с рекламной усталостью. Усталость от рекламы – это то, что происходит, когда аудитории наскучивает стандартная реклама. Через некоторое время на нее просто перестают обращать внимание и не замечают. Нативная реклама – это демонстрация бренда, скрытого в содержании площадки. Пока контент актуален и интересен, нативная реклама привлекает аудиторию и не утомляет пользователей [Эйнштейн 2017: 163]. Потребители хорошо осведомлены о том, что они просматривают одну из форм рекламы, однако нативная реклама по-прежнему оказывает значительное влияние на покупательское поведение. Нативная реклама активно развивается и интегрируется в социальные сети, веб-сайты, видеоролики на *YouTube*. Таким образом, традиционная реклама уходит на второй план, особенно с ростом программного обеспечения для блокировки рекламы. Рекламодателям необходимо разрабатывать новые творческие способы донести коммуникационные сообщения до аудитории. Многие рекламные сети включают пакеты нативной рекламы, предлагая возможности, которые сочетаются с остальным контентом площадок. Цель нативной рекламы – не отвлекать пользователей от просмотра основного контента, но в то же время проинформировать о товаре или услуге.

Помимо общедоступных сайтов существует реклама в социальных сетях. Cети сближают аудиторию, позволяя преодолеть временные и территориальные барьеры. Пользователи ведут активную жизнь в онлайн-среде через смартфоны и планшеты, тем самым формируя большой поток информации о своей личности. Реклама в социальных сетях является очень популярным инструментом, так как большая часть населения имеет личные аккаунты в популярных сетях, таких как «ВКонтакте», *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*. В социальных сетях присутствуют много видов различной рекламы. Баннерная, медийная, контекстная реклама занимают основную часть пространства. Данные виды легко воспринимаются пользователями и имеют определенный эффект. Сейчас уже невозможно представить социальную сеть без интегрированных вставок брендов. Пользователи научились делать визуальный обзор за пределами основного меню интернет-сообщества. Самое эффективное размещение в социальных сетях использует преимущества технологии геолокации на мобильных устройствах, которая позволяет размещать локальные объявления для таргетинга, рассчитанные на пользователей в заранее определенной области. Большую роль в социальных сетях играют хештеги под рекламными постами, которые указывают на определенный список слов, принадлежность к какой-либо теме обсуждения [Николаева 2017: 78].

Видеоролики также являются активно используемым способом рекламы, привлекающим внимание людей. Видеореклама – самый популярный способ узнать о новых продуктах. По данным системы аналитики *Kissmetrics*, видео в социальных сетях привлекает гораздо больше внимания, чем другая реклама. На *YouTube* пользователи в 1,4 раза чаще смотрят и публикуют рекламу на мобильных устройствах. Существует множество способов повысить вовлеченность аудитории, например, можно сделать видеопост или начать прямую трансляцию в «ВКонтакте», *Instagram* или *TikTok*. Популярным форматом в социальных сетях является видео, которое не требует звука, используя субтитры, что позволяет просматривать его в общественных местах. Речь идет не только о рекламе в крупнейших социальных сетях, но и в мобильных приложениях и играх [Толмачев 2017: 174].

Одна из проблем, с которой столкнулись специалисты в области рекламы за последние годы, – это стремительный переход на мобильные устройства. Стационарные устройства с большим браузерным окном уходят на второй план, для современного поколения удобнее взаимодействовать с мобильными площадками. Однако видеоформаты представляют актуальную информацию, которая отлично работает независимо от устройства. Пользователи находят видеоконтент более привлекательным, и сайты с видеоматериалами хорошо продвигаются в рейтинге. Уникальной особенностью видеоформатов являются дополнения, с которыми можно взаимодействовать. Для большей заинтересованности пользователей создают текстовую расшифровку видеоверсии. Это способствует быстрому ознакомлению и дальнейшему вовлечению в просмотр ролика. Также становится популярной механика *sticky-player* и использование миниатюр окна.

В сфере интернет-маркетинга «живое» видео особенно популярно среди большого числа организаций, которые используют видео для интервью, демонстрации продуктов, обзоров, знакомства с брендом, делятся секретами производства товаров и т.д. Другой современный формат, который постепенно набирает обороты, – это персонализированные короткие видеосообщения от представителей компании для определенного пользователя. Личностное внимание повышает лояльность к бренду.

В последние годы наблюдается активный рост технологий дополненной реальности, поскольку производители телефонов уже разрабатывают устройства с поддержкой *AR* (от англ. *Augmented Reality*), и это еще один из способов для рекламодателей. Наряду с дополненной реальностью существует искусственный интеллект, который в последние годы начал использоваться в интернет-рекламе. Крупные площадки владеют навыками работы с машинным обучением. Способность адаптироваться под задачи клиента и распознавать необходимые для рекламной кампании объекты является большим плюсом. Многие крупные корпорации стали задумываться, как эффективно использовать искусственный интеллект в рекламе. Располагая правильными данными, рекламные инструменты на основе искусственного интеллекта могут открывать масштабные закономерности в рекламных размещениях. На базе искусственного интеллекта можно найти и привлечь новых клиентов, о существовании которых рекламодатель не подозревал. Появление искусственного интеллекта нацелено на упрощение процесса размещения рекламы с помощью автоматизации и оптимизации. Это положительно влияет на процесс покупки рекламных мест, что приводит к снижению затрат при одновременном получении лучших результатов и повышенного коэффициента конверсий. Можно предположить, что будущее рекламы с искусственным интеллектом и машинным обучением предоставит компаниям больше контроля над рекламой и приведет к значительным изменениям в цифровой сфере.

Чат-боты являются частью цифровой среды. Эта технология на основе искусственного интеллекта использует обмен мгновенными сообщениями для общения в реальном времени независимо от времени суток. Многие пользователи предпочитают взаимодействовать с чат-ботами, поскольку они имеют ряд преимуществ и работают круглосуточно, без выходных, а также быстро отвечают, точно определяют историю покупок и никогда не теряют терпение. Виртуальные помощники предлагают отличное обслуживание клиентов, оправдывая ожидания людей и автоматизируя повторяющиеся задачи. Когда у потребителей возникает вопрос, они нацелены получить немедленный ответ. Отличный способ обеспечить оперативный ответ – это диалоговое онлайн-общение с чат-ботом. Основная цель разговорных блоков – улучшить взаимодействие с пользователем с помощью модели, основанной на обратной связи, которая способствует более высокой вовлеченности и повышению лояльности. Кроме того, в последние годы традиционный текстовый поиск заменяет голосовой помощник, который работает на основе искусственного интеллекта. Основное преимущество голосовой рекламы состоит в простоте и легкости восприятия. Голосовую рекламу можно охарактеризовать как менее навязчивую и более притягательную.

Комплекс вышеперечисленных методов взаимодействия с аудиторией в Интернете можно определить как омниканальность. Данный термин находится на вершине популярности интернет-рекламы. «Омни» определяется как «все», а «канал» – это способ доставки. Омниканальная реклама – это процесс, с помощью которого создается плавный переход между такими платформами, как контекстная реклама, социальные сети, прямая почтовая рассылка, чат-боты, голосовые помощники и многие другие виды рекламы, которые можно использовать для привлечения целевой аудитории. Многоканальная реклама помогает вести пользователей вниз по воронке продаж. Это происходит главным образом потому, что базовое понимание омниканальности не является ведущим элементом, и его часто путают с многоканальными стратегиями. Омниканальность – это пересечение разных видов стратегий, которые обеспечивают постоянное общение с потребителем, используя большой спектр рекламных инструментов. Понимание возможных пробелов, ретрансляция стратегий с помощью правильной аналитики, оптимальное использование данных о клиентах и отслеживание меняющихся тенденций помогут достичь цели на различных уровнях взаимодействия. Таким образом, в отличие от многоканального маркетинга, где каждый канал работает отдельно, омниканальный подход предполагает объединение различных данных вместе.

Рекламные тренды меняются каждый год под влиянием разных факторов. Во время пандемии пользователи начали проводить в Интернете больше времени, что активизировало два важных процесса. С одной стороны, это стимулировало у людей творческое мышление и способствовало созданию интересного контента, новых форматов для рекламы. С другой стороны, все это повлияло на то, что рекламодатели стали увеличивать инвестиции в цифровую индустрию.

Активность в Интернете привела к обновлению цифровой инфраструктуры, в которой у рекламодателей появилось больше возможностей. Специалисты в области рекламы активно прорабатывают предстоящие тренды и открывают новые способы работы. Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что в настоящее время большой бюджет рекламной кампании не всегда является залогом успеха. Результат будет определяться силой идеи и ее способностью мотивировать людей к действию и участию. Лучшие бренды открыты для непосредственного влияния на потребителей и управления ими.

Наблюдая за современными тенденциями развития интернет-рекламы, можно с уверенностью утверждать, что в основе этого процесса будут использоваться возможности цифровых технологий. Именно цифровые технологии будут востребованы брендами и агентствами, поскольку они могут реагировать на запросы потребителей в режиме реального времени.

**Литература**

*Николаева М.А*. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет (УрГПУ), 2017. 166 с.

*Толмачев А*.*Н*. Реклама в Интернете. Курс молодого бойца. СПб.: БХВ-Петербург, 2017. 240 с.

*Щербаков С*. Таргетированная реклама. Точно в яблочко. М. – СПб.: Питер, 2018. 352 с.

*Эйнштейн М*. Реклама под прикрытием: Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете. М.: Альпина Паблишер, 2017. 301 с.

**Marina A. Voevodkina**

**CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT**

**OF ONLINE ADVERTISING**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*The article deals with the problem of the development of rapidly developing Internet technologies in order to meet the preferences of the audience, creating demand and supply. People strive to make their living conditions more comfortable by relying on technology, mainly on digital devices.*

***Keywords.*** *Internet advertising, formats, automated process, social networks, native advertising, video.*

**УДК 070**

**Сергей Николаевич Кедяркин**

**КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ МЕСТНОЙ ПРЕССЫ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ И АУДИТОРИЯ**

***Нижегородский государственный университет***

***имени Н.И. Лобачевского***

*Анализируются основные форматы коммуникации районной и городской прессы Нижегородской области с аудиторией, подчеркивается зависимость выбора коммуникативных технологий от социально-политической ситуации в стране и регионе, специфики развития медиапространства России, а также предпочтений аудитории.*

***Ключевые слова.*** *Районная и городская пресса, местная пресса, коммуникативные форматы, аудитория, организаторская деятельность СМИ.*

Местная (районная и городская) пресса Нижегородской области составляет значительный сегмент информационного пространства региона, представленного теле-, радио- и печатными СМИ разных типологических групп, интернет-ресурсами, рекламными и PR-структурами. Несмотря на многочисленные сложности своего функционирования, она по-прежнему является одним из главных поставщиков информации для жителей населенных пунктов региона, коммуникативным центром местных сообществ, организатором массово-информационных процессов.

В условиях активного развития информационно-коммуникативных технологий и жесткой конкуренции на медиарынке одним из важнейших вопросов, стоящих перед местной прессой, является работа с аудиторией. Сохранение и удержание читателя представляет важнейшую задачу сегодняшней районной и городской прессы.

Система коммуникаций газеты с читателями – явление комплексное, определяемое целым рядом составляющих. Факторами, определяющими степень активности коммуникации местной прессы с читателем, являются информационная политика издания, его внешний вид, содержательные модели, а также характер организационного взаимодействия редакционного коллектива со своей аудиторией. Немаловажным фактором является творческий потенциал и профессионализм сотрудников редакций местных СМИ, а также система редакционного менеджмента.

Вопрос налаживания диалога со своим читателем и формирования читательских интересов каждым изданием решается индивидуально. В умелых руках «районщиков» происходит умелое соединение традиционных, проверенных временем форм работы с аудиторией, с новыми, обусловленными временем и потребностями читателей. Наиболее активные издания не только привлекают нового читателя путем публикации интересных и содержательных материалов, но и разрабатывают активные нестандартные формы взаимодействия. При выборе способов коммуникации с читателем ведущими для местной прессы являются интерактивность, динамика коммуникативных форматов и содержания.

Диалоговая модель коммуникации с читателем формируется включением в номерах газет жанровых форм: **блиц-опросов**, **блиц-интервью**, **кратких вопросов на злобу дня**, **на тему номера** («Арзамасские новости» – рубрика «Вопрос недели», рубрики «Обратная связь», «Читатель-газета»; «Выксунский рабочий» – рубрика «Энциклопедия ответов»; рубрики блиц-опрос включают «Сергачская жизнь», «Земля ветлужская», «Уренские вести»). Указанные рубрики зачастую дополняются фотографиями читателей, принимающих участие в опросах. Диалоговые форматы продолжают рубрики «Обращайтесь» и «Три вопроса главе» («Край родной» (р.п. Тоншаево), «Звоните, читатель» («Наша жизнь»), «Спрашивайте – отвечаем» («Сельская трибуна»), «К читателю с вопросом» («Знамя труда») и многие другие.

Регулярно проводимые мини-опросы аудитории не только разнообразят новостную палитру периодических изданий, но и являются срезом общественного мнения, читательских интересов и позиций. Несмотря на кажущуюся незначительность, они позволяют корректировать информационную политику изданий, помогают в планировании редакционной деятельности и организации работы журналистов.

Важной и активно используемой в коммуникативной практике изданий является **работа редакций с читательской почтой**. Многочисленная почта, поступающая в редакции газет, свидетельствует о читательском интересе к газете, верно обозначенных приоритетах в информационной повестке, а также является индикатором степени доверия читателя к газете, степени ее авторитета. Характер, тематика и жанры поступающих в газету писем разнообразны: рассказ об интересном событии в жизни населенного пункта, судьба простого труженика или выдающегося земляка, исторические вехи и знаменательные события территории, краеведческие заметки, отзывы и критические выступления, экологическая тематика, здравоохранение и т.д.

Традиционно на страницах газет читательским письмам отводятся рубрики: «Наша почта», «Из нашей почты», «Нам пишут». Встречаются также тематические подборки и циклы читательских публикаций: «Творчество наших читателей», «Мнение» – материалы по актуальным вопросам жизнедеятельности местных сообществ, «Краеведение» – материалы по истории, о выдающихся земляках, интересных географических объектах и т.д.; публикация читательских писем-откликов на запрос редакции по заданной теме и т.д.

Важную коммуникативную функцию выполняет поддержка местной прессой **художественного творчества читателей**.На своих страницахрайонная газетапубликует литературные приложения, подборки, страницы и рубрики, в которых можно познакомиться с прозаическими и поэтическими произведениями читателей. Редакции газет являются своеобразными проводниками читательского творчества «в люди», помогают молодым талантам в издании художественных сборников, организации творческих встреч и вечеров поэзии.

Следует отметить, что многие известные нижегородские литераторы: Б. Корнилов, А. Люкин, А. Патреев и другие – начинали свой творческий путь именно с районной газеты, давшей им дорогу в большую литературу.

За каждым обращением читателей в редакцию газеты – ожидание поддержки, конкретной помощи в решении сложных жизненных вопросов, проблем. Иногда влияние редакций столь велико, что за помощью к ней обращаются чаще, чем в органы местной власти, а потому газета всегда ощущает большую ответственность за своего читателя и не имеет права на «ошибку». Она на виду, а потому в ответе за то и за тех, о ком она пишет.

В силу причин объективных и субъективных редакционный коллектив не в состоянии охватить информационно все стороны жизнедеятельности городов и районов. Тогда на помощь журналистам приходят те, кого принято называть редакционным активом. Внештатные авторы – важное звено в системе коммуникаций районной газеты с читательской аудиторией. Именно благодаря своим активам редакция поддерживает связь с коллективами учреждений, предприятий и организаций, представляющих самые разные социальные группы. Для актива проводятся специализированные мероприятия, целый ряд газет («Рабочая Балахна», «Уренские вести», «Городецкий вестник») организуют работу по подготовке внештатных корреспондентов, проводят курсы и организуют клубы юных журналистов («Уренские вести» – Клуб юных журналистов «Ровесник»). В структуре читательского актива особе место уделяется молодежи, для которой при редакциях газет организуются различные клубы и группы по интересам.

Расширяя форматы коммуникации с аудиторией, редакции районных газет активно работают в направлении социального проектирования, в частности, в привлечении внимания населения города или района к определенным социально незащищенным группам населения и оказанию им посильной помощи. Интересные проекты разработаны, например, редакцией газеты «Земля Ветлужская». В частности, инициированная и реализованная газетой благотворительная акция «Подарите детям радость», ставшая возможной при поддержке ОВД по Ветлужскому району, администрации района, а затем и Законодательного собрания Нижегородской области. В ходе акции ветлужанам предлагалось выступить в роли Дедов Морозов и Снегурочек и украсить новогоднюю редакционную елку подарками для детей.

Из вручения подарков акция превратилась в благотворительную помощь семьям этих детей. К ней подключились главы сельских поселений, сотрудники ОВД, учреждения культуры, молодежные объединения. Благодаря проведению акции благотворительную помощь получило большое количество нуждающихся в поддержке детей и семей района. А газета «Земля Ветлужская» выступила в качестве информационного спонсора.

Редакцией «Богородской газеты» реализован проект «Поделитесь опытом», направленный на борьбу с вредными привычками. Редакцией газеты «Рабочая Балахна» проведены акции в помощь детям из детских домов, больным детям. Акция «Зверье мое и твое» газеты «Маяк» (Кстово) была направлена на помощь бездомным животным, акция «Твори добро» («Ковернинские новости») – в помощь семье, воспитывающей ребенка с ограниченными возможностями развития. Реализация проектов – не только информационный повод, но призыв к состраданию, соучастию к чужому несчастью, сопереживанию.

Среди культурно-массовых мероприятий, инициируемых редакциями газет для своей аудитории, можно отметить спортивные соревнования: легкоатлетическая эстафета среди школьников на призы газеты «Рабочая Балахна», легкоатлетический пробег на призы газеты «Лукояновская правда». Кроме того, редакциями проводятся специальные мероприятия, нацеленные на активизацию подписной кампании: «День подписчика» («Знамя», г. Чкаловск).

С целью активизации познавательного интереса читателей, привлечения читателей к изучению истории родного края газеты проводят краеведческие конкурсы: конкурс творческих работ «На свете много улиц славных…», «История одного топонима» («Ковернинские новости»).

Редакцией газеты «Родная земля» (р. п. Д. Константиново) проведена акция «100-летию Первой мировой войны», в рамках которой организован сбор материалов по участию жителей Нижегородского уезда (Дальнеконстантиновский район) в первом глобальном военном конфликте XX века с последующей публикацией на страницах газеты. Поступившие от читателей материалы легли в основу книги «Из небытия. О воинах-земляках, солдатах Первой мировой войны». Большое количество акций посвящено 75-летию Великой Победы, например, акция «Мой дед-фронтовик» («Арзамасская правда») или акция газеты «Наша жизнь» (г. Ардатов).

Частым форматом коммуникации с аудиторией являются разнообразные конкурсы:

– фотоконкурсы ко Дню защитника Отечества: «Хочу быть похожим на папу» («Знамя труда», г. Шахунья), «Папа может все, что угодно» («Земля Ветлужская»); к Международному женскому дню: «О женщине милой и славной» («Сельская трибуна»), «Шахунские красавицы» («Знамя труда»); к 100-летию ВЛКСМ: «Как молоды мы были» («Знамя труда», г. Шахунья); к 75-летию Великой Победы и др.;

– фотоконкурсы детских фотографий «Радость моя» («Рабочая Балахна»); свадебных фотографий «Обручальное кольцо» («Рабочая Балахна»); летних фото «Воспоминания о лете» («Арзамасские новости»); фото животных «Дай лапу, друг!» («Ковернинские новости»), «Мой славный пес» («Знамя труда», г. Шахунья»);

– конкурсы детских рисунков: «Мой день Победы» («Арзамасские новости»), «Любимые места родной Шахуньи» («Знамя труда», г.Шахунья) и др.;

– поэтические конкурсы и конкурсы прозаических произведений: стихов к 440-летию г. Арзамаса («Арзамасские новости»), на лучшее новогоднее стихотворение или частушку («Знамя труда», г. Шахунья), поэтический конкурс, посвященный Международному женскому дню, «Ода женщине» («Арзамасские новости»).

В целях достижения большей информативности по вопросам жизнедеятельности местных сообществ редакции газет налаживают партнерские отношения со специалистами из самых разных сфер: педагогами, медиками, юристами и иными специалистами. Для взаимодействия аудитории и таких специалистов редакциями организуются **круглые столы** и **прямые линии**. Как правило, они обусловлены актуальностью событий современности, повесткой дня. На протяжении многих лет газетами проводятся **общественные приемные** –рабочие встречи с читателями в учреждениях, организациях и на предприятиях с привлечением широкого круга общественности. Важно, что по итогам проведения таких мероприятий информационные материалы с ответами на наиболее часто встречающиеся вопросы публикуются на страницах газеты или размещаются на ее сайте.

Помимо общения с читателем на газетных полосах редакции организуют клубы по интересам, например, интересные и полезные проекты реализуются газетой «Родная земля», (р. п. Д. Константиново), в их числе клуб знакомств «Найди свою судьбу», соединивший свыше 80 пар, или клуб «Среди цветов». За 20 лет работы проект из любительского превратился в профессиональный, исследовательский. Благодаря творческому взаимодействию редакции и читателей при клубе появилась секция садового дизайна, газета проводит акцию «Отдам растение в добрые руки», направленную на благоустройство территорий районного центра, патриотический проект «Сирень Победы» по высадке сирени российского селекционера Л.А. Колесникова.

Таким образом, районная пресса не стоит на месте и реализует немало коммуникативных форматов, нацеленных на взаимодействие с аудиторией, на активизацию участия читателей в деятельности редакционных коллективов, на поддержание авторитета местной газеты.

С развитием новых информационно-коммуникативных технологий перед местной прессой открываются новые возможности организации диалога с аудиторией. Газеты активно осваивают Интернет, социальные сети, создавая там свои коммуникативные площадки. Благодаря этому газеты расширяют горизонты информационного влияния на аудиторию, осваивают новые творческие возможности. В условиях падения тиражей местная пресса все активнее стала осваивать глобальное виртуальное пространство и переходить на новые форматы коммуникации с аудиторией, не ограниченные пространственно-временными рамками. Газеты создают собственные сайты, а также страницы и сообщества в социальных сетях «Одноклассники», «ВКонтакте», «Инстаграм».

Придерживаясь сложившихся традиций, сайты газет содержат знакомые читателям элементы графической модели основного печатного издания: узнаваемый логотип, систему титульных и текстовых шрифтов, систему анонсов, узнаваемые элементы иллюстративного оформления, систему рубрикации и т.д. Это позволяет сохранить привычное лицо газеты, знакомый читателю облик, перестроиться при восприятии нового формата издания, облегчает процесс восприятия.

К сожалению, не все новые медиаресурсы являются полноценными площадками для коммуникации с читателем. Имеет место дублирование информации в печатном и виртуальном выпусках. Слабо реализуется творческий потенциал и возможности новых медиаплощадок.

Вместе с тем, газеты крупных промышленных и экономических центров региона – г. Арзамаса, г. Бора, г. Кстово, г. Выксы – стремятся к максимальному информационному наполнению своих ресурсов. Так, газета «Арзамасская правда», кроме больших объемов собственной информации о жизни города и района, предлагает подборку новостей ведущих поисковых систем, информационных агентств и СМИ, информацию о погоде, курсах валют, календарь и т.д. Значительными информационными ресурсами располагают сайты газет «Выксунский рабочий», «Городецкий вестник», «Павловский металлист».

Своеобразный медиакомплекс представляет газета «Воскресенская жизнь». Помимо печатной версии активно развивается сайт газеты, размещающий pdf-версию печатного номера газеты, а также ТВ-версию «Живой газеты», выходящей раз в две недели, и радиопрограмму «Воскресенская радиоволна» – «Вести из Воскресенского». Кроме того, газета осваивает социальные сети.

Помимо размещения информационных блоков сайты предлагают разного рода сервисы для обратной связи с аудиторией, например, «SMS-окно», «Задай вопрос», «Комментарий», «Колонка редактора» («Земля Ветлужская», «Уренские вести», «Бутурлинская жизнь» и др.), рубрики для интерактивого голосования – «Опросы» («Воскресенская жизнь»), «Опрос на сайте» («Арзамасская правда»), а также форумы для обсуждения актуальных вопросов и проблем местных сообществ – «Форум», «Дежурный редактор» («Воскресенская жизнь»), «Вопрос-ответ» («Выксунский рабочий») и др. Кроме этого, читателям предлагаются развлекательные сервисы, викторины и конкурсы, доски объявлений.

Наличие интерактивных форматов позволяет оперативно получить квалифицированный ответ специалистов в той или иной отрасли, наладить общение или просто поделиться настроением, а также помогает в достижении основной цели районных газет – формирование единого районного коммуникационного пространства, консолидация местного сообщества, и, как следствие, с учетом специфики читательской аудитории в выстраивании соответствующей информационной политики.

Подчиняясь веяниям времени, принимая его вызовы, районная и городская пресса по-прежнему стремится остаться важным информационно-коммуникативным каналом муниципальных образований, выстоять и удержаться в сложных условиях медиарынка и появления новых медиаресурсов.

Местная пресса демонстрирует существенные количественные и качественные изменения, обусловленные социально-экономическими и иными причинами, при этом остается центром организации коммуникаций в районах и городах и выполняет важную миссию – поддержание и формирование гуманистических настроений, сохранение приумножение лучших традиций российской культуры, традиций региональной журналистики, способствующих всестороннему развитию и обогащению духовного мира личности.

**Sergey N. Kedyarkin**

**COMMUNICATIVE PRACTICES OF THE LOCAL PRESS**

**OF THE NIZHNY NOVGOROD REGION AND THE AUDIENCE**

***National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod***

*The article analyzes the main communication formats of the regional and city press of the Nizhny Novgorod region with the audience, emphasizes the dependence of the choice of communicative technologies on the socio-political situation in the country and the region, the specifics of the development of the Russian media space, as well as audience preferences.*

***Keywords.*** *District and city press, local press, communication formats, audience, organizational activities of the media.*

**УДК 070**

**Анна Львовна Коданина**

**ЖУРНАЛИСТИКА КАК ЧЕТВЕРТАЯ ВЛАСТЬ:**

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОФЕССИИ В ПЕРЕХОДНУЮ ЭПОХУ**

***Нижегородский государственный университет***

***имени Н.И. Лобачевского***

*Рассматривается специфика журналистской профессии в политологическом, аксиологическом и этическом аспектах. Анализируются особенности функционирования медиа в информационном обществе, новые возможности и ограничения, накладываемые на представителей профессии в наши дни.*

***Ключевые слова.*** *Пресса, медиа, гражданская журналистика, инфотейнмент, трансмедийность, мультиплатформенность.*

Широко известная концепция прессы как четвертой власти основана на признании средств массовой информации коммуникационным базисом социальной жизни. Это не только каналы дистрибуции информации, но и формирование идей и ценностных установок среди больших и малых групп, а также общественного мнения в рамках нации и государства.

Средства массовой информации, будучи независимым общественным институтом, наряду с тремя ветвями власти (законодательной, исполнительной и судебной) активно участвуют в управлении обществом. Речь идет об общественно значимой миссии социального контролера. Пресса, будучи важным каналом обратной связи, стоит на страже интересов общества, зорко следит за тем, как работают новые законы, верифицирует информацию, полученную от ньюсмейкеров, освещает общественные конфликты, вносит важную лепту в решение актуальных проблем современности [Коданина 2014: 445].

Вместе с тем взаимодействие граждан со средствами массовой информации служит важным каналом социализации, морально-нравственным ориентиром, а также воспитателем и просветителем. Именно посредством СМИ сегодня распространяются ценностные установки и правила поведения в обществе, формируется отношение к социальной и гендерной роли, образу жизни и культурным предпочтениям. Представители массмедиа становятся лидерами общественного мнения, авторитетными экспертами, а иногда и полноправными участниками политического процесса.

Заметим, что массовая информация имеет сегодня колоссальную аудиторию, поступая единовременно огромному числу людей на безграничные расстояния. Глобальное распространение массмедиа стирает политические, социальные, государственные границы. Вместе с тем процессы глобализации угрожают национальной идентичности, а неравномерность доступа к источникам информации порождает растерянность и общественную тревогу, вызванную неосведомленностью. Таким образом, роль и значение средств массовой информации сегодня с развитием новых, скоростных каналов коммуникации существенно возросла и приобрела особую значимость, став предпосылкой для принятия важных решений, касающихся как конкретных граждан, так и целых государств.

Современное развитие массмедиа характеризуется не только глобальным характером, отсутствием рамок и границ, но и возросшей конкурентностью на рынке медийных ресурсов, который постоянно расширяется. Сегодня весьма популярными у аудитории становятся альтернативные источники информации, среди которых выделяются мессенджеры, социальные сети, блоги. Традиционным средствам массовой информации приходится выдерживать жесткую конкуренцию с альтернативными медиа, имеющими удобные каналы подачи информации, облеченной в комфортную для восприятия форму. Будучи динамичными и мобильными, отлично осведомленными о потребностях аудитории, эти каналы заинтересованы в прямом взаимодействии с адресатом, налаживании и усилении обратной связи, что вызывает доверие, заинтересованность и в итоге – лояльность аудитории, готовой потреблять предоставляемый альтернативными медиа контент.

Кроме того, феномен гражданской журналистики (или журналистики соучастия), получивший развитие ввиду доступности и простоты распространения контента в сети Интернет, также служит фактором, ставящим современную прессу перед новыми вызовами, на которые необходимо адекватно реагировать.

В самом деле, гражданская журналистика основана на медийной активности обычных граждан, оказавшихся в нужное время в нужном месте и запечатлевших оригинальный сюжет. Медийная активность может быть продиктована и стремлением высказаться, донести до аудитории свое мнение, обнародовать неизвестные факты и свидетельства. Корни этого явления стоит искать в социальном явлении просьюмеризма, впервые описанном Э. Тоффлером в «Третьей волне». Согласно концепции Тоффлера, современный потребитель информации становится также и ее производителем, меняя вектор движения информационных потоков, формируя партнерские отношения производителя с потребителем информации [Тоффлер 2004: 112].

Таким образом, растущая популярность блогов и социальных сетей способствует росту популярности новых лидеров общественного мнения – гражданских журналистов, активно формирующих повестку дня. Чтобы конкурировать с ними, профессиональному журналисту приходится не только производить конкурентоспособный контент, но и быть интересным публике как граждански активная и разносторонняz личность, имеющая оригинальные и яркие суждения, широту кругозора и в совершенстве владеющая искусством создания лонгридов и съемки сторис.

Еще одной специфической чертой современной прессы становится повсеместное распространение инфотейнмента как основного вектора развития СМИ, соединяющего информационное и развлекательное начала в журналистских текстах.

Явление инфотейнмента, вызванное желанием угодить вкусам массовой аудитории, ценящей доступность изложения и ярко выраженный развлекательный вектор подачи информации, «упакованной» подчас в простую и непритязательную форму, но отличающуюся экспрессивностью, яркостью и сенсационностью, становится значимой частью ландшафта массмедиа. Традиционные СМИ, вынужденные конкурировать за внимание аудитории, берут на вооружение методы и приемы желтой прессы, что способствует, наряду с возросшей развлекательностью, также таблоидизации информационных ресурсов, потакании интересам и инстинктам толпы, нездоровому интересу к частной жизни публичных персон.

В условиях цифрового информационного изобилия значимой тенденцией развития журналистики стало также стремление к максимальной визуализации предоставляемого публике материала. Факты все чаще сопровождаются привлекательными визуальными формами, которые становятся наиболее востребованным каналом доставки контента до аудитории, напрямую влияющим на экспрессивное восприятие информации. Этим, в свою очередь, обусловлено ее наилучшее усвоение аудиторией, склонной доверять визуальному контенту больше, нежели традиционному тексту.

Таким образом, современная коммуникационная реальность приобретает сложный, многосоставный характер, обусловленный особенностями интернет-среды. Феномены гражданской журналистики и инфотейнмента, трансмедийности и мультиплатформенности, глобальности и гипертекстуальности [Асмус 2005: 198] диктуют новые требования к подготовке будущих журналистов, формировании у будущих выпускников целого ряда новых компетенций.

К числу таковых можно отнести, к примеру, все возрастающую универсализацию журналистского труда. Современный журналист, работающий в мультимедийной среде, должен быть способен производить соответствующий продукт, удовлетворяющий потребностям аудитории в увлекательности, привлекательной визуальной форме, а также аудиальном сопровождении. Соответственно будущий журналист должен не только уметь писать тексты, но и снимать видео и фото, записывать аудиофайлы, а затем и монтировать полученный материал.

Кроме того, работая в условиях мультиплатформенной медиасреды, современный журналист должен знать и уметь использовать различные приемы при подготовке оригинального контента для различных социальных медиа, имеющих свою специфику и подходы к «упаковке» предоставляемого аудитории контента.

Именно такой подход, ориентированный на максимально комфортное восприятие аудиторией, на стремление к диалогу с ней, может способствовать успешной интеграции традиционной журналистики в новую коммуникационную реальность, адаптации профессии к изменившимся условиям функционирования медиасреды.

**Литература**

*Асмус Н.Г.* Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: Дис. … канд. филол. наук. Челябинск, 2005. 266 с.

*Коданина А.Л.* Политика и журналистика как родственные коммуникационные сферы // Вестник Нижегород. ун-та им. Н.И. Лобачевского. 2014. Вып. 2. С. 444-447.

*Тоффлер Э.* Третья волна. М.: Изд-во «ACT», 2004. 262 с.

**Anna L. Kodanina**

**JOURNALISM AS THE FOURTH POWER:**

**THE TRANSFORMATION OF THE PROFESSION**

**IN THE TRANSITIONAL ERA**

***National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod***

*The specifics of the journalistic profession in political science, axiological and ethical aspects are considered. The features of the functioning of media in the information society, new opportunities and restrictions imposed on representatives of the profession today are analyzed.*

***Keywords.*** *Press, media, citizen journalism, infotainment, transmedia, multiplatform.*

**УДК 37.04-053**

**Галина Николаевна Комкова**

**ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ**

**ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ**

**КУЛЬТУРЫ МОЛОДЁЖИ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

***Саратовский национальный исследовательский***

***государственный университет имени Н.Г. Чернышевского***

*Рассматриваются особенности информационно-коммуникационной культуры поколения Z, а также способы взаимодействия со старшим поколением в информационной сфере. Предлагаются варианты повышения уровня информационно-коммуникационной культуры в образовательной сфере.*

***Ключевые слова.*** *Молодежь, поколение Z, информационно-коммуникационная культура, воспитание, цифровизация.*

Мировая пандемия коронавируса, введение карантинных мероприятий, дистанционного образования привели к разрывам традиционных способов взаимодействия между людьми, что особенно ярко проявилось у молодежи, вынужденной массово сокращать взаимодействие друг с другом. В этих условиях ощущается выпадение молодых людей из социальных общностей, в которых они ранее находились – школа, колледж, вуз, усиливается автономизация личности, замыкание на собственных представлениях и интересах. Мы являемся свидетелями роста гражданской активности в социальных сетях, появления сетевых лидеров с неоднозначной позицией, но тем не менее способных повлечь за собой массы, величения числа фейковых новостей, хайпа, откровенной дезинформации, которые, тем не менее, воспринимаются молодежью положительно.

Переход к виртуальному общению вызвал необходимость повышения уровня информационно-коммуникационной культуры у молодого поколения. К критериям такой культуры ученые относят:

– умение грамотно формулировать свою потребность в информации;

– умение эффективно осуществлять поиск необходимой информации во всей совокупности информационных ресурсов;

– умение перерабатывать информацию и создавать качественно новую;

– умение адекватно отбирать и использовать информацию;

– способность к информационному общению, знание норм «информационной этики»;

– компьютерная грамотность [Зайкина, Шаймухаметова 2015: 56].

При этом необходимо осознавать, что взаимодействие с молодым поколением требует понимания особенностей поколения Y (рожденные в период с 1984 по 2000 год) и поколения Z (рожденные после 2000 года). Объединяет эти поколения стремление к свободе и независимости, что обусловлено десятилетиями демократизации российской действительности, а также особая восприимчивость к новым информационным технологиям. Именно поэтому около 60% молодых людей считают, что разногласия, возникающие между ними и их родителями или старшими по возрасту людьми, происходят из-за недопонимания, разной установки по поводу смысла жизни, неуважения к своей позиции. И если молодежь поколения Y полагает, что представители старшего поколения относятся в целом к ним положительно, то поколение Z считает, что старшие в большинстве своем относятся к ним недоброжелательно, а потому критику с их стороны воспринимают негативно. Поколение Z – это так называемое «поколение социальных сетей», которые для них представляют публичное пространство, где возможно их самовыражение, самопрезентация, социализация. Внедрение взрослых, будь то родители или учителя, в этот круг общения не только не приветствуется, но и блокируется. К сожалению, «клиповое мышление» представителей поколения Z делает их беззащитными к манипуляциям специально обученных специалистов в сфере политических провокаций, социальной рекламы и других негативных воздействий. Именно поэтому, чтобы привлечь внимание подростков к той или иной проблеме, можно использовать такие способы, как размещение ролика на популярном интернет-ресурсе, причем задействовать популярного интернет-блогера или другую медийную персону, или проведение онлайн-квеста. Все это потребует финансовых и организационных затрат, но принесет положительный результат.

Пандемия способствовала расширению применения онлайн-технологий в процессе обучения различных возрастных групп, когда онлайн-лекции, видеоконференции, учебные чаты становятся не только элементами цифрового образовательного пространства, но и неотъемлемой частью образовательного процесса. Однако внеурочная, воспитательная деятельность в виртуальном пространстве пока еще находится в стадии становления, хотя воспитательной составляющей в образовательных учреждениях разного уровня в настоящее время стало уделяться повышенное внимание. Федеральный закон от 31 июля 2020 г. № 304-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об образовании в Российской Федерации» по вопросам воспитания обучающихся”» вступил в силу с 1 сентября 2020 года [О внесении изменений… 2020], в нем дано определение воспитания. Таким образом, воспитательный процесс нормативно закреплен в качестве обязательного компонента в образовательных учреждениях общего образования, среднего профессионального и высшего образования, что должно войти в рабочие программы этих организаций с 1 сентября 2021 года.

При этом нужно осознавать, что живое общение педагога или родителя с подрастающим поколением никто не собирается отменять, онлайн-технологии необходимо рассматривать как обладающее серьезным потенциалом дополнительное средство работы с молодежью. «Цель цифровой молодежной работы состоит как в приобретении социальных навыков в офф-лайн пространстве, так и навыков медиа грамотности, общения в социальных сетях, пользования интернет-ресурсами, нахождения необходимого и полезного он-лайн контента и т.д.» [Демин 2020: 47-48].

Широкое внедрение цифрового компонента в деятельность образовательных учреждений может потребовать переподготовки профессорско-преподавательского состава для изучения методов обучения и воспитания поколения Z, что ставит особые задачи для институтов и центров повышения квалификации педагогических кадров.

Особое внимание следует уделить родителям поколения Z, которые не всегда осознают ответственность за воспитание своих детей, перекладывая эту обязанность на образовательные учреждения. Контроль за работой педагогов со стороны родителей зачастую превышает допустимые пределы и влечет за собой падение авторитета учителя в глазах учеников. В этой связи взаимодействие с родителями, их ненавязчивое обучение, в том числе и с помощью интернет-технологий, также будет способствовать повышению качества образования и воспитания. По инициативе Министерства просвещения РФ проводится Всероссийское родительское собрание на тему «Социальные сети», в котором примут участие популярные у школьников блогеры социальных сетей «ТикТок», *Facebook*, *Twitter*, «ВКонтакте». Представляется, что такие собрания для родителей Саратовской области может проводить и наше региональное Министерство образования. Ученые предлагают выделять поколение Альфа – детей, которые родились после 2010 года. Это поколение, по прогнозам, будет более инфантильным, они собираются жить с родителями до 30 лет, но их интеллектуальный потенциал будет выше, чем у предыдущих поколений.

Говоря об особенностях взаимодействия представителей старшего поколения с поколением Z, необходимо четко представлять, что в этой сфере нет быстрых и дающих эффективный результат решений. Достучаться до них можно только долгой, кропотливой и вдумчивой работой, путем объединения усилий педагогов, родителей и представителей органов управления образования на всех уровнях.

**Литература**

*Демин П.Н.* Особенности социализации подростком США и Финляндии в онлайн-пространстве // Поколение Z в онлайн-пространстве: социальное поведение, ориентации, идентичность: Сборник статей Всероссийской научной конференции с международным участием (г. Уфа, 24–26 ноября 2020 г.) / отв. ред. Р.Б. Шахисламов. Уфа: РИЦ БашГУ, 2020. С. 45-51.

*Зайкина К.А., Шаймухаметова Л.Н*. Информационная культура личности как фактор развития информационного общества // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. 2015. № 9. С. 56-58.

О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» по вопросам воспитания обучающихся: Федеральный закон от 31 июля 2020 г. № 304-ФЗ // СЗ РФ. 2020. № 31 (часть I). Ст. 5063.

**Galina N. Komkova**

**PROBLEMS OF INCREASING THE LEVEL**

**OF INFORMATION AND COMMUNICATION CULTURE**

**OF YOUTH IN THE ERA OF DIGITALIZATION**

***Saratov State University***

*The features of the information and communication culture of generation Z are considered, as well as ways of interaction with the older generation in the information sphere. Options for increasing the level of information and communication culture in the educational sphere are proposed.*

***Keywords****. Youth, generation Z, information and communication culture, education, digitalization.*

**УДК: 24.00.01**

**Людмила Александровна Коханова**

**Татьяна Спартаковна Алексеева**

**Мария Александровна Губанова**

**Юлия Евгеньевна Черешнева**

**ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА ЖУРНАЛИСТА**

**В УСЛОВИЯХ**

**МЕДИАТИЗАЦИИ РЕАЛЬНОСТИ**

***Московский государственный университет***

***имени М.В. Ломоносова***

*Рассматриваются теоретическое осмысление медиатизации реальности и социальные практики овладения навыками цифровой культуры в процессе подготовки студентов-журналистов. По результатам исследования подтверждается, что в условиях ее реализации предъявляются повышенные требованиям к журналистам, формирующим современную картину мира.*

***Ключевые слова.*** *Медиатизация реальности, цифровая культура, уровни культуры: ментальный, функциональный, символический (языки), ментальный, духовный (ценностный).*

В результате медиатизации общественной жизни, цифровизации журналистской деятельности меняется роль журналистики в обществе, которая в определенной степени становится катализатором его перемен. По мнению А.Н. Гуреевой, исследующей эту тематику, «согласно современным трактовкам медиатизации, сегодня медиа не только отражают многогранную картину мира, предоставляя ее современному потребителю, но и сами участвуют в формировании культурных, политических, социальных ценностей» [Гуреева 2017]. Тем самым журналистика становится преобладающим способом производства современного опыта, и уже трудно сегодня ее отделить от «человека медийного», от политики, экономики, образования, культуры как социальных институтов.

Поэтому вполне логично, что, если мир сегодня воспринимается глазами журналистов, то от уровня их профессионализма зависит, какую картину мира формирует себе каждый гражданин и общество в целом. Поэтому в условиях медиатизации важной составляющей профессионального мастерства журналиста становится цифровая культура как новая социально-культурная реальность. По мнению исследователей, «цифровая культура – это феномен, во многом определяющий образ жизни, мотивацию, способы и формы коммуникации и поведения человека в данный исторический период» [Нагорнова, Чикин 2014: 183].

По результатам исследования на факультете журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, которое ведется в течение последних пяти лет, можно утверждать, что студенты осознают, что они приходят в вуз, находясь на ментальном, осязаемом уровне цифровой культуры, т.е. они достаточно профессионально владеют всевозможными цифровыми устройствами: от смартфонов до программного обеспечения во всем многообразии. Но овладение последующими: функциональным, символическим (языки), ментальным, духовным (ценностным) уровнями – это уже задачи профессионального образования. Цифровая культура на данных уровнях рассматривается как «осуществление институциональных культурных практик с помощью цифровых технологий» [Галкин 2012: 15]. Здесь речь идет, в частности, о коммуникативных способностях, отношениях и убеждениях, основных ценностях и традициях различных социальных групп, умении создавать смыслы, владении устной и письменной речью и новыми нормами языка, создаваемыми Сетью, и т.д. По мнению студентов, именно профессиональное овладение цифровой культурой позволяет им «самореализоваться в профессии», «стать успешными», «быть готовыми к такой новой журналистике», «не быть «цифровым иммигрантом» и  т.д.

Данный материал становится основой для создания новых курсов, семинаров, практикумов, что позволяет готовить профессионалов в соответствии с запросами мадиатизированного общества.

**Литература**

*Галкин Д.В.* Digital Culture: методологические вопросы исследования культурной динамики от цифровых автоматов до техно-био-тварей // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3. С. 11-16.

*Гуреева А.Н.* Междисциплинарность теоретических концепций в российских и зарубежных исследованиях процесса медиатизации // Медиаскоп. 2017. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2388> (дата обращения 05.02.2021).

*Нагорнова Т.С., Чикин А.А.* Цифровая культура как фактор социально-профессиональной мобильности // Социально-профессиональная мобильность в XXI веке: Сборник материалов и докладов Международной конференции. Екатеринбург: Российский государственный профессионально-педагогический ун-т, 2014. С. 182-186.

**Lyudmila A. Kohanova**

**Tatiana S. Alekseeva**

**Maria A. Gubanova**

**Yulia E. Chereshneva**

**DIGITAL CULTURE OF A JOURNALIST IN TERMS OF REALITY MEDIATIZATION**

***Lomonosov Moscow State University***

*Theoretical comprehension of reality mediatization and social practices of mastering digital culture skills in the process of teaching would-be journalists are under consideration. The research results confirm the assumption that due to the ongoing process of reality mediatization journalists are expected to meet particularly high requirements which form the contemporary image of the world.*

***Keywords.*** *Reality mediatization, digital culture, culture levels: mental, functional, symbolic (languages), spiritual, evaluative.*

**УДК 65.015**

**Дмитрий Сергеевич Обидин**

**ВОЗДЕЙСТВИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ**

**ТЕХНОЛОГИЙ НА АКАДЕМИЧЕСКУЮ**

**ПРОДУКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ**

***Нижегородский государственный университет***

***имени Н.И. Лобачевского***

*В России до сих пор отсутствуют исследования, посвященные влиянию информационо-коммуникативных технологий (ИКТ) на сознание и развитие студентов, особенно в связи с переходом на дистанционное обучение. Цель статьи – актуализировать проблему влияния стресса от использования ИКТ на академическую продуктивность студентов на основе анализа исследований зарубежных ученых.*

***Ключевые слова.*** *ИКТ, образовательный процесс, техностресс, академическая продуктивность, дистанционное обучение.*

Развитие ИКТ и их повсеместное распространение ускорили их использование в высших учебных заведениях. Технологии широко используются для автоматизации академических процессов и улучшения процесса преподавания и обучения, для академического управления и самообслуживания студентов с помощью таких приложений, как управление жизненным циклом студента [Wang 2018], системы управления обучением, МООК, интегрированной цифровой оценки, системы управления посещаемостью и т.д. [Barana 2016].

Онлайн-обучение и МООК снижают затраты на образование и положительно влияют на интеграцию ИКТ в образовательный процесс [Vahedi 2019]. Бесспорно, ИКТ помогают вузам в сокращении дистанционных барьеров и бумажной работы. Кроме того, ИКТ позволяют вузам упростить академическое администрирование, обеспечить прозрачность и ускорить обработку академических данных. Общепринято, что интеграция технологий в образовательный процесс улучшает процесс преподавания и обучения [Mirzajani 2016].

Хотя преимущества технологий неоспоримы, и интерес к ним в последние годы только растет, начинает осознаваться и негативное воздействие технологий на конечных пользователей. Стресс от использования ИКТ, техностресс или неспособность справиться с новыми технологиями и его влиянием на результаты работы широко изучались в исследовательской литературе, особенно зарубежной. Исследования были сосредоточены на различных возрастных и социальных группах [Hauk 2019], но лишь в последние годы интерес исследователей обратился к студентам [Davies 2015].

В российских реалиях на сегодняшний день явно недостаточно эмпирических исследований, изучающих влияние ИКТ на подрастающее поколение, в частности студентов. Стресс от использования ИКТ в образовательном процессе и не только может привести к увеличению нагрузки на высшие учебные заведения из-за отчисления студентов и их уклонения от академической работы под различными предлогами. Следовательно, существует необходимость изучить влияние применения ИКТ в вузе и его последствия.

В последние годы за рубежом был проведен целый ряд исследований по данному вопросу. Предлагается провести краткий анализ наиболее релевантных из них для актуализации необходимости изучения назревших проблем в российском обществе.

Актуальность проблемы связана с тем, что у нынешних студентов другой набор характеристик и навыков, что делает их вполне представительной группой для исследования. Несколько лет назад было заявлено, что студенчество 2020-х годов будет называется «цифровыми аборигенами». Эти студенты родились в эпоху, связанную с Интернетом, и ИКТ – часть их повседневной жизни [Desai 2017]. «Цифровые аборигены» привыкли к немедленному и автономному доступу к информации, многозадачности, нелинейному обучению и динамической графике. Было интересно проверить, актуален ли техностресс для этого поколения. Никто и не подозревал об эпидемии СОVID-19 и тотальном переходе на дистанционное обучение, что поневоле запустило данный эксперимент.

Таким образом, насущной задачей становится исследование взаимосвязи между стрессом от использования ИКТ и академической продуктивностью студентов. Для этого необходимо ответить на следующие вопросы: какова применимость инструмента техностресса к студентам? Есть ли разница в технострессе у студентов в зависимости от возраста, уровня образования и опыта работы с ИКТ? В какой степени техностресс влияет на академическую продуктивность студентов? И можно ли нивелировать техностресс, применяя ИКТ для адаптации студентов к образовательному процессу?

Цель статьи – актуализировать проблему влияния использования ИКТ в процессе обучения в вузе, поскольку сегодня это в основном поле исследований зарубежных, а не российских ученых.

Под стрессом при использовании ИКТ мы будем понимать «индивидуальную психологическую реакцию на ситуацию, когда требования ситуации превышают индивидуальные и ситуативные способности / ресурсы или способность справиться с ситуацией» [Lazarus 1984]. Используя социотехнические и ролевые теории, исследователи поясняют, что эти факторы стресса являются условиями, проистекающими из социальных, ролевых или технических задач (стрессорных факторов) или использования ИКТ (фактор технологического стресса) [Tarafdar 2007].

Исследователи не едины во мнениях, определяя техностресс. Термин «техностресс» был впервые представлен К. Бродом и определен как «болезнь современности, адаптации, вызванной неспособностью освоить новые компьютерные мировые технологии» [Brod 1984]. Однако другое определение утверждает, что «техностресс – это не болезнь, а негативное психологическое, поведенческое и физиологическое воздействие, вызванное, прямо или косвенно, технологией» [Clark 1996: 30]. Понятие техностресса впоследствии было концептуализировано как «работа, требующая высоких физических, социальных и когнитивных навыков, с сопутствующими психологическими издержками» [Mahapatra 2018].

Таким образом, понятие техностресса многомерно, и в его структуре исследователи выделяют техно-перегрузку, техно-вторжение, техно-сложность, техно-незащищенность и техно-неопределенность [Tarafdar 2007]. Неоднозначно оценивается и влияние ИКТ на образовательный процесс. С одной стороны, использование ИКТ позволяет решать более сложные задачи, портативные и удаленно доступные, что позволяет повысить академическую мобильность, повысить удовлетворенность процессом обучения и создать баланс времени, потраченный на учебу и внеучебную деятельность.

С другой стороны, техностресс отрицательно сказывается на организационном поведении, удовлетворенности конечных пользователей, удовлетворенности учебой и увеличении продолжительности работы [Tarafdar 2007]. Исследования также продемонстрировали влияние техностресса на психологические последствия поведения человека, такие как напряжение, усталость, не говоря уже о «выгорании» [Mahapatra, Pati 2018], а также последствиях для физического здоровья, таких как напряжение глаз, головные боли, артериальное давление, боли в спине, проблемы с желудком, раздражительность [Tams 2013].

Студентов нынешнего поколения неслучайно назвали «цифровыми аборигенами». Они действительно обладают способностью знакомиться с новыми технологическими требованиями с большей легкостью, чем их предшественники. При этом студенты – «цифровые аборигены» настаивают на использовании этих новых технологий как части их образования, отчасти потому, что это уже освоено и используется в повседневной жизни, и отчасти потому, что они понимают, чем технологии могут быть полезны. Считается, что у учащихся нынешнего поколения хорошо сформированы необходимые компетенции к обучению, многозадачность, навыки командной работы, но с другой стороны, «цифровые аборигены» неспособны к глубокому обучению и продуктивной работе. В то же время «цифровые аборигены» имеют достаточные навыки в области ИКТ и легко адаптируются к изменениям.

Исследования этих «цифровых аборигенов» за рубежом в целом показали положительное влияние ИКТ на академическую деятельность. Но в деталях результаты оказались противоречивыми. Ряд исследований показало, что использование мобильных устройств положительно влияет на успеваемость студентов; что оценка на основе технологий в аудитории повышает успеваемость среди студентов [Qi 2019]. В то же время исследования показывают, что студенты используют ИКТ в личных целях, для развлечения и досуга, а не в академических целях, и частота использование мобильного телефона не оказывает значительного влияния на успеваемость среди студентов [Rabiu 2016].

Справедливости ради следует отметить, что большинство исследований находятся в стадии разработки методик и лишь несколько исследований были посвящены студентам высших учебных заведений [Wang 2018], поэтому выборку нельзя считать достаточно репрезентативной, чтобы сделать достаточно объективные выводы.

Исследования также показали, что уровень компьютерной грамотности обратно пропорционально влияет на техностресс [Wang 2018]. Имея опыт компьютерного обучения, получив хорошее образование, студенты испытывают меньше технострессов [Tarafdar 2007]. Однако ряд исследований последующих лет свидетельствует, что уровень образования не имеет существенной связи с технострессом [Shu 2011].

Исследователи предлагают смоделировать техностресс как конструкцию второго порядка с пятью под-измерениями, а именно техно-перегрузка, техно-вторжение, техно-сложность, техно-незащищенность и техно-неопределенность.

Техно-перегрузка определяется как эффект технологии, которая заставляет студентов работать быстрее и дольше. Техно-вторжение определяется как влияние технологий, которые заставляют студентов работать сверх обычного времени в вузе и даже вторгается в их личную жизнь. Техно-сложность определяется как ситуация, когда технологии заставляют учащихся чувствовать, что их набор навыков недостаточен. В контексте высшего образования техно-незащищенность определяется как ситуация, когда учащиеся чувствуют угрозу из-за низкой успеваемости по сравнению с другими учащимися, у которых есть знания использования техники. Техно-неопределенность относится к ситуации, когда частые изменения и обновления в технологиях создают неопределенность для студентов.

Предполагается, что результаты исследования будут иметь несколько управленческих последствий для учреждений высшего образования. Для того чтобы избежать более сильного влияния техно-вторжения и технологической перегрузки, вузы должны планировать академическую работу таким образом, чтобы предоставлять достаточно времени для завершения академической работы и ведения сбалансированного образа жизни. Вузы могут смягчить влияние техно-сложности, выбрав удобные, знакомые образовательные технологии и обеспечив адекватную подготовку студентов.

Подобного рода исследования необходимы и в России. Необходимо выявлять учащихся из групп риска, чтобы помочь им справиться с технострессом. Поскольку студенты младших курсов и студенты с меньшим опытом работы в сфере ИКТ имеют более высокий уровень техностресса, вузы должны выявлять и обучать студентов с меньшим опытом работы в сфере ИКТ во время их поступления на академические программы.

Вузам необходимо проводить ознакомительные занятия по технологиям, которые будут использоваться в их учебной работе. Специальные учебные занятия для людей с меньшим опытом работы в сфере ИКТ помогут снизить техностресс.

Результаты использования ИКТ в учебном процессе показывают, что техностресс негативно влияет на академическую продуктивность. Вузы могут управлять инструментом техностресса, выявляя студентов из группы высокого риска для уменьшения техностресса, тем самым улучшая их успеваемость.

Студентам, испытывающим более высокий уровень техностресса, может быть назначен наставник из группы сверстников, чтобы повысить уверенность учащегося в использовании технологий и одновременно для проверки форм групповой работы, обучения универсальной компетенции – умению работать в коллективе.

Результаты указывают на наличие техностресса и среди молодого поколения, несмотря на более динамичный опыт использования ИКТ и распространенное мнение, что оно обладает более высокой компьютерной грамотностью.

Результаты будут иметь значение и для будущих работодателей. Работодателям необходимо обеспечить перманентное обучение ИКТ для вновь нанятых сотрудников, вчерашних студентов, чтобы снизить у них техностресс и помочь с меньшими психологическими потерями перейти от академической жизни к трудовой.

**Литература**

*Barana A., Bogino A., Fioravera M., Marchisio M.* Digital Support for University Guidance and Improvement of Study Results // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2016. V. 228. P. 547-552.

*Brod C.* Technostress: The Human Cost of the Computer Revolution. Reading: Addison Wesley Publishing Company, 1984. 242 p.

*Clark K., Kalin S.* Technostressed Out? How to Cope in the Digital Age // Library Journal. 1996. № 121(13). Р.30-32.

*Davies G.* Online MCQ Assessment Anxiety Amongst First Year Undergraduate Psychology Students: Acase Study // Journal of Perspectives in Applied Academic Practice. 2015. № 3 (1). Р. 84-89.

*Desai S. P., Lele V.* Correlating Internet, Social Networks and Workplace – a Case of Generation Z Students // Journal of Commerce & Management Thought. 2017. № 8 (4). Р. 802-815.

*Hauk N., Goritz A. S., Krumm S.* The Mediating Role of Coping Behavior on the Age-technostress Relationship: A Longitudinal Multilevel Mediation Model. PLoS One. 2019. № 14(3). e0213349.

*Lazarus R.S., Folkman S.* Stress, Appraisal, and Coping. New York: Springer, 1984. 444 p.

*Mahapatra M., Pati S.P.* Technostress Creators and Burnout a Job Demands-resources Perspective // Proceedings of the 2018 ACM SIGMIS Conference on Education and Information Technologies Computers and People Research. New York, USA: Association for Computing Machinery, 2018. Р. 70-77.

*Mirzajani H., Mahmud R., Fauzi Mohd Ayub A., Wong S.L.* Teachers’ Acceptance of ICT and its Integration in the Classroom // Quality Assurance in Education. 2016. № 24 (1). Р. 26-40.

*Qi C.* A Double-edged Sword ? Exploring the Impact of Students’ Academic Usage of Mobile Devices on Technostress and Academic Performance // Behaviour & Information Technology. 2019. № 38 (12). Р. 1337-1354.

*Rabiu* H. Impact of Mobile Phone Usage on Academic Performance Among Secondary School Studentsin Taraba State, Nigeria // European Scientific Journal. 2016. № 12 (1). Р. 1857-7881.

*Shu Q., Tu Q., Wang K.* The Impact of Computer Self-efficacy and Technology Dependence on Computer-related Technostress: A Social Cognitive Theory Perspective // International Journal of Human Computer Interaction. 2011. № 27 (10). Р. 923-939.

*Tams S., Hill K., Thatcher J.* NeuroIS: Alternative or Complement to Existing Methods ? Illustrating the Holistic Effects of Neuroscience and Self-reported Data in the Context of Technostress Research // Journal of the Association for Information Systems. 2013. № 15 (10). P. 723-753.

*Tarafdar M., Tu Q., Ragu-Nathan B.S., Ragu-Nathan T.* The Impact of Technostress on Role Stressand Productivity // Journal of Management Information Systems. 2007. № 24 (1). Р. 301-328.

*Vahedi Z., Zannella L., Want S.*  Students’ Use of Information and Communication Technologies in the Classroom: Uses, Restriction, and Integration // Active Learning in Higher Education, 2019. P. 1-14.

*Wang B., Deng K., Wei W., Zhang S., Zhou W., Yu S.* Full Cycle Campus Life of College Students: A Big Data Case in China // Proceedings – 2018 IEEE internationalconference on big data and smart computing (Big Comp). Vol. 1. Washington DC, USA: IEEE Computer Society, 2018. Р. 507-512.

**Dmitry S. Obidin**

**THE IMPACT OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES ON THE ACADEMIC PRODUCTIVITY OF STUDENTS**

***National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod***

*In Russia, there are still no studies on the impact of information and communication technologies (ICT) on students, especially with the transition to distance learning. The purpose of the article is to actualize the problem of the influence of stress from the use of ICT (technostress) on the academic productivity of students based on the analysis of research by foreign scientists.*

***Keywords.*** *ICT, educational process, technostress, academic productivity, distance learning.*

**УДК 82**

**Валерия Владимировна Романчук**

**ОБЪЕКТИВАЦИЯ КОНЦЕПТА «ПАТРИОТИЗМ»**

**В ДИСКУРСЕ БЕЛОРУССКИХ МАССМЕДИА**

**И ФОРМИРОВАНИЕ МИРОВОЗЗРЕНИЯ МОЛОДЁЖИ**

***Гродненский государственный университет***

***имени Янки Купалы, Республика Беларусь***

*В статье рассматривается структура концепта «патриотизм», реконструируемого в белорусском медиапространстве. Выявляются особенности объективации концепта «патриотизм», определяется потенциал его воздействия на формирование мировоззрения молодёжи посредством СМИ.*

***Ключевые слова.*** *Структура концепта, патриотизм, фрейм, слот, концептуальные признаки, мировоззрение.*

Патриотизм – одно из самых важных понятий в культуре, которое отражает направление развития как человечества, так и отдельно взятого народа. Это одна из важнейших после базовых, основополагающих ценностей, без которых человек не сможет существовать в обществе [Засорина, Хомутова 2016].

Для белорусских государственных СМИ тема воспитания молодого поколения в духе патриотизма является одной из ключевых. Патриотизм как современный культурный и социально-политический феномен находит широкое отражение в средствах массовой информации. Медиа предпринимают попытки влияния на мировоззрение аудитории, приводят примеры патриотического поведения и воспитания, представляют факты, свидетельствующие о реализации специальных мероприятий патриотической направленности.

Изучение феномена патриотизма с лингвокогнитивного ракурса позволит сформировать представления о ценностных ориентациях социума, описать моральные, этические и эстетические предпочтения конкретного лингвокультурного сообщества, изучить особенности социального восприятия изучаемого феномена на современном этапе истории Беларуси.

Цель исследования – определить структуру концепта «патриотизм», выявить особенности объективации концепта в белорусских медиа и её связь с формированием мировоззрения молодёжи.

Материалы исследования *–* тексты белорусских СМИ («СБ. Беларусь Сегодня», «Гродзенская праўда», «Наша ніва», «Перспектива», «Радыё Свабода», «Звязда», «TYT.BY», «34mag.net») в период с июля 2016 по ноябрь 2020 года. Обращение к текстам СМИ обусловлено тем, что именно в ниходновременно обнаруживают себя индивидуальное и общественное, национально-культурное и общечеловеческое в отношении актуальных явлений жизнедеятельности общества. Так, с одной стороны, тексты СМИ транслируют государственно-политические установки по осмыслению понятия патриотизма, а с другой – высвечивают восприятие феномена патриотизма обществом.

Концепт как единица лингвистического плана представляет собой совокупность определенным образом структурированных признаков объекта действительности реального или идеального мира, хранимого в национальной памяти носителей языка [Сусык 2007: 154]. Поскольку концепт находит отражение в языке, то именно язык обеспечивает доступ к концептам и дает возможность их реконструировать. Следовательно, чтобы исследовать концепт как языковую единицу, необходимо выделить определённый структурный элемент в его когнитивной области. Основой для исследования организации структуры концепта можно считать фрейм. Понятие «фрейм» ввёл в науку М. Минский. Он описал фрейм как минимально необходимую структурированную информацию, которая однозначно определяет класс объектов [Минский 1979], как структуру данных для представления стереотипной ситуации. Фрейм состоит из слотов. Г.В. Токарев дал следующее определение слоту: *«*Слот (пустой узел) – это элемент фрейма, имеющий строго очерченный объём, но не обладающий содержанием». Учёный полагает, что слот может заполняться различными переменными в той или иной ситуации [Токарев 2009: 33].

Поскольку понятие является обобщённым представлением о предмете или явлении, изучение концепта целесообразно начинать с обращения к словарю. Так, С.И. Ожегов и Н.Ю. Шведова в «Толковом словаре русского языка» определяют патриотизм как «преданность и любовь к своему отечеству, к своему народу» [Ожегов, Шведова 2007: 496]. В «Толковом словаре современного русского языка» сказано, что патриотизм – любовь, преданность и привязанность к своему народу [Ушаков 2013: 442]. На основе словарных дефиниций и анализа материалов СМИ мы выделили фреймы, позволяющие структурировать концепт «патриотизм»: субъект, объект, деятельность, результат. Рассмотрим актуализируемые фреймы, отметив, что их актуализация зависит отпрагматической установки адресанта.

**Субъект.** Анализ медиатекстов, описывающих предметную область «патриотизм», позволил выделить такие составляющие фрейма, как носители и исполнители.

Так, носителями патриотической идеи, чувства патриотизма являются:

– отдельно взятые личности, такие как *Жэрар Піке, Скірмунт, Ле Пэн, Гарольд Грин, Азаренко, Франсис Паре, Куляшоў, Кандрат Крапіва, Мурэйд Фарэл.* Например*, Адны кідаюцца ў патрыятызм, горача асуджаючы капіталістычны свет, як той жа Куляшоў увершах «Камуністы» ці «Слова да Аб’яднаных нацый»* (34mag.net, 21.04.2017);

– группы людей (автомобилисты, школьники, дети, диаспоры, англоговорящие люди): *У Ірляндыі, як і ў Беларусі, дзьве дзяржаўныя мовы: свая ірляндзкая і мова захопнікаў – ангельская. Як і ў Беларусі, на роднай мове там размаўляе абсалютная меншасьць жыхароў краіны. Тым ня менш у Ірляндыі нікому ня прыйдзе ў галаву дакараць ангельскамоўную большасьць за адсутнасьць патрыятызму і ляяльнасьці да дзяржавы* (Радыё Свабода, 16.01.2019);

– целые народы (беларусы, американцы): *Беларусы і замежнікі, якія прыехалі на відовішча, лічаць, што такія імпрэзы выхоўваюць патрыятызм, а іх удзельнікі – выказваюць «падзяку дзядам і прадзедам»* (Радыё Свабода, 09.05.2018);

– представители животного мира, например, птица глушэц: *Глушэц – патрыёт, амаль усё жыццё можа пражыць у адным лесе* (Наша ніва, 03.09.2019).

Исполнителями в процессе формирования патриотизма, как показывают материалы СМИ, выступают:

– общественные организации, например, Белорусский республиканский союз молодежи – БРСМ: *Официально цель у БРСМ – развивать гражданское общество, поддерживать инициативы молодёжи, продвигать патриотизм и духовно-нравственные ценности* (TUT.BY, 20.05.2019);

– ведомства, находящиеся в подчинении властных структур (президента, министерств и под.): *Президент Беларуси Александр Лукашенко* [*принял с докладом*](https://rgazeta.by/ru/authority/o-situacii-v-armii-destruktivnyh-silah-i-patriotizme---aleksandr-lukashenko-prinyal-s-dokladom-ministra-oborony.html) *министра обороны Виктора Хренина. Обсудили ситуацию в армии, затронули вопросы противодействия деструктивным силам и воспитания патриотизма у молодого поколения* (Перспектива, 24.11.2020);

– учреждения образования: *Патриотическая инициатива уже стала негласной традицией. За каждой школой Зельвенщины закреплены места воинских захоронений, которые дети содержат в порядке* (Гродзенская праўда, 01.11.2020).

– культурно-массовые мероприятия (праздники, фестивали и под.): *У вайсковым гісторыка-культурным комплексе «Лінія Сталіна» адбылася рэканструкцыя бітвы «Бэрлінская апэрацыя». Беларусы і замежнікі, якія прыехалі на відовішча, лічаць, што такія імпрэзы выхоўваюць патрыятызм»* (Радыё Свабода, 09.05.2018);

– литературно-художественные произведения: *А ўжо ў 1905 годзе з-пад пяра Скірмунта выходзіць брашура «Голас мінулага і патрэбы сучаснасьці», дзе ён упершыню праяўляе свой беларускі патрыятызм, хоць і ўжывае яшчэ тэрміны «Русь» і «русіны»* (Радыё Свабода, 07.10.2019).

**Объект.** В осмыслениибелорусских журналистов патриотизм как чувство любви, привязанности может быть направлен, иметь отношение к городу, стране, другим географическим единицам:

– как правило, объектами патриотизма становятся страны *– Беларусь, Ірляндыя, ЗША, Расія, Эстонія*: *Тут главное – позиция: быть патриотами Беларуси. Этой Беларуси, а не радужной страны из царства эльфов. Вот этой, в которой мы с вами живём: лучшей из постсоветских стран, это уж точно* (СБ. Беларусь Сегодня, 17.09.2020);

– предметом патриотизма может быть определён город: *Ён сапраўды патрыёт, калі выкарыстоўваць гэты сучасны тэрмін. Тое, што ён захаваў сваю этнічную свядомасць, тое, што ён заўсёды згадваў Полацк, хоць быў там даволі рэдка – пасля таго, як ад’ехаў з Прагі, звестак няма, што ён наведваў* (Наша ніва, 06.08.2020);

– предметом патриотизма могут быть отдельные географические единицы, такие как, например, регион, область страны (Каталонія*)* иархипелаг *(*Тристан-да-Кунья*): Гэтай дружыне я сімпатызую за тое, што яна – за незалежнасць Каталоніі, за тое, што там палкі каталонскі патрыёт Жэрар Піке* (Наша ніва, 07.04.2020).

И к фрейму субъект, и к фрейму объект относятся слоты, характеризующие местонахождение субъекта и его корреляцию с объектом:

– патриот родной страны на родине: *«Здесь так тихо, что слышно, как растёт трава», – говорит патриот Тристан-да-Куньи Гарольд Грин* (TUT.BY, 05.10.2020);

– патриот родины за границей: *Адзін вэтэран беларускай дыяспары ў Маскве – з тых натхняльных выбітных беларускіх актывістаў, якія жывуць тут ужо шмат дзесяцігодзьдзяў, добра ўладкаваліся, выгадавалі пасьпяховых дзяцей і ўнукаў, але пры гэтым дагэтуль цудоўна валодаюць беларускай мовай, удзельнічаюць ува ўсіх беларускіх мерапрыемствах і не губляюць сувязі зь Беларусьсю – сказаў мне аднойчы наступнае. Карту паляка гэты чалавек, як сын афіцэра Войска польскага, мае, а вось беларускі такі дакумэнт браць бы сабе не захацеў, нягледзячы на свой шчыры і вялікі беларускі патрыятызм* (Радыё Свабода, 03.01.2018);

– патриот неродной страны в этой стране: *Сначала белорусский патриотизмзаиграл в сердце Франсиса Паре, который внезапно на четвертом десятке лет начал мечтать об игре за нашу сборную* (TUT.BY, 20.12.2019).

**Деятельность.** В осмыслении белорусских журналистов патриотизм как вид деятельности обладает широким набором форм проявления, которые могут быть как внешними, так и внутренними:

* любовь к Родине: *Очень важно сегодня формировать в людях чувство патриотизма, любви к родной стране… Уверена, любимую Беларусь ждёт прекрасное и счастливое будущее, но не надо забывать – мы, молодёжь, несём за него ответственность!* (Гродзенская праўда, 07.10.2020);
* сохранение памяти о Великой Отечественной войне, благодарность дедам и прадедам за мирную жизнь: *У вайсковым гісторыка-культурным комплексе «Лінія Сталіна» адбылася рэканструкцыя бітвы «Бэрлінская апэрацыя». Беларусы і замежнікі, якія прыехалі на відовішча, лічаць, што такія імпрэзы выхоўваюць патрыятызм, а іх удзельнікі – выказваюць «падзяку дзядам і прадзедам»* (Радыё Свабода, 09.05.2018);
* участие в специальных мероприятиях: *От имени всех патриотов-автомобилистов, многие из которых впервые побывали в Жировичах, искренне поблагодарил хозяев за тёплый приём организатор акции Сергей Рачковский. Участников автопробега ждала ещё и экскурсия по монастырю* (СБ. Беларусь Сегодня, 23.11.2020);
* знание культуры и истории своего народа: *Валерыя Кліцунова падкрэсьлівае, што ведае гісторыю беларускай кухні і заклікае ўсіх праявіць «гастранамічны патрыятызм». Але адмысловага кшталту* (Радыё Свабода, 09.08.2019);
* уважение памяти национальных героев: *Маштаб, з якім патрыёты Беларусі праз візавы кардон і працоўны графік прарваліся ў Вільню, каб ушанаваць Кастуся Каліноўскага, бацьку нацыі, – маштаб гэты шакаваў усіх* (Наша ніва, 25.11.2019);
* гордость за государственную символику: *Очень важно сегодня формировать в людях чувство патриотизма, любви к родной стране. Хочется, чтобы молодые ребята гордились символами своего государства. Многие из нас родились под красно-зелёным флагом, выросли, получили паспорт, образование. Это символ нашего суверенитета, независимости, стабильности, мирного общества* (Гродзенская праўда, 07.10.2020);
* приверженность к одному месту проживания – месту рождения: *Глушэц – патрыёт, амаль усё жыццё можа пражыць у адным лесе. Гэтыя птушкі жывуць і гняздуюцца ў хвойных лясах паблізу мохавых балотаў* (Наша ніва, 03.09.2019);
* осознанное принятие гражданства, верность государству: *Працэдура атрымання грамадзянства ў многіх краінах (напрыклад, ЗША) прадугледжвае, што ты даеш клятву вернасці новай дзяржаве. Таму калі патрыятызмдля цябе – не пусты гук, добра падумай, ці гатов\_ая ты да такой палігамі* (34mag.net, 12.09.2016);
* представление страны на международной арене: *На вопрос, что значит для нее патриотизм, Азаренко, в последние годы проживающая в Калифорнии, отвечала журналистам: «Думаете, мало людей по всему миру узнало о Беларуси благодаря тому, что я играю в теннис? Разве это не свидетельствует о том, что я представляю свою страну?»* (TUT.BY, 21.07.2020);
* сохранение народных традиций: *Так што традыцыя апранацца ў сьвіткі была даўняя і чыста патрыятычная. Гэта была пазыцыя, якая праявіла сябе і падчас падзеяў 1863–1864 гадоў. Неафіцыйную форму ўдзельнікаў паўстаньня – чамаркі – таксама называлі паўстанцкімі сьвіткамі* (Радыё Свабода, 21.11.2020);
* стремление к независимости страны, противодействие захватническим инициативам: *І ўсё ж – як я сумую па вялікім футболе! Без яго нейк няўтульна, бядней. Ці хутка выйдуць на палі «Манчэстэр Юнайтэд», «Тотэнхэм», «Атлетыко» і «ПСЖ»? Ну, і «Барса». Гэтай дружыне я сімпатызую за тое, што яна – за незалежнасць Каталоніі, за тое, што там палкі каталонскі патрыёт Жэрар Піке* (Наша ніва, 07.04.2020);
* принятие «реальной» страны: *Тут главное – позиция: быть патриотами Беларуси. Этой Беларуси, а не радужной страны из царства эльфов. Вот этой, в которой мы с вами живём: лучшей из постсоветских стран, это уж точно* (СБ. Беларусь Сегодня, 17.09.2020);
* внимание к позитивным аспектам в жизни страны, общества в целом: *На мой взгляд, главная же заслуга молодого писателя в том, что он из довольно противоречивых исторических сведений, повествующих о событиях, печальных для населения Беларуси, ухитрился сделать произведение оптимистическое и патриотичное. Это редкий дар, так как патриотизм, как правило, растет из побед, а не из поражений* (TUT.BY, 16.05.2019).
* публикация произведений о своём народе: *А ўжо ў 1905 годзе з-пад пяра Скірмунта выходзіць брашура «Голас мінулага і патрэбы сучаснасьці», дзе ён упершыню праяўляе свой беларускі патрыятызм, хоць і ўжывае яшчэ тэрміны «Русь» і «русіны»* (Радыё Свабода, 07.10.2019).

К фрейму деятельность относятся и следующие слоты:

– характеристика деятельности (*краёвы, здаровы, сапраўдны, гастранамічны, папулярны, дружный, вялікі*);

– виды деятельности (качество (*Якія каштоўнасці вызначаюць нацыянальны характар амерыканцаў?.. Для маладых пакаленняў патрыятызм, рэлігія і дзеці маюць менш значэння, чым для такіх жа пакаленняў два дзесяцігоддзі назад)* и чувство *(патриотизм заиграл в сердце)*);

– направленность деятельности (внутренний *(патриотизм заиграл в сердце)* и внешний *(воспитание патриотизма)*).

**Результат.** Журналисты представляют в качестве результатов патриотического воспитания / отношения ряд процессов, отражающихся на жизни объектов патриотизма:

– обеспечение национальной безопасности, счастливое будущее для страны, защита интересов родины*: А учителя уверены: школа – фундамент не только знаний, но и патриотизма. Не зря эти классы называются «профессиональной направленности для получения специальностей по обеспечению национальной безопасности Беларуси»* (Гродзенская праўда, 30.11.2020);

* создание нации, формирование и сохранение национального (этнического) самосознания: *Трэба сказаць, што ў часы, калі жылі й дзейнічалі пахаваныя тут героі (19 – пачатак 20 стагодзьдзя), у Вільні панавала расейская ўлада і польская культура, але агульны патрыятызм быў – краёвы. Пачыналася стварэньне новых беларускай і літоўскай нацыяў і праваднікі гэтых працэсаў добра ведалі адны адных, бо па сутнасьці рабілі адну справу* (Радыё Свабода, 13.07.2018); *Ён сапраўды патрыёт, калі выкарыстоўваць гэты сучасны тэрмін. Тое, што ён захаваў сваю этнічную свядомасць, тое, што ён заўсёды згадваў Полацк, хоць быў там даволі рэдка – пасля таго, як ад’ехаў з Прагі, звестак няма, што ён наведваў. Адчуваецца, што чалавек быў прывязаны да сваёй Радзімы, увогуле да свайго «рускага народа»* (Наша ніва, 06.08.2020);
* репрессивное воздействие со стороны властных структур: *Упершыню ён быў высланы зь Беларусі яшчэ ў 1843 годзе за ўдзел у патрыятычным руху падчас навучаньня ў віленскай гімназіі* (Радыё Свабода, 21.11.2020);
* противодействие влиянию иностранного, иноязычного, глобализационным тенденциям: *Сыграл свою роль и дружный патриотизм: все американское – от айфонов до голливудских фильмов –резко вышло из моды* (TUT.BY, 22.01.2019).

Анализ текстов белорусских СМИ, содержащих концепт «патриотизм», позволил выделить некоторые концептуальные признаки.

1. Этническая маркированность: *каталонский, белорусский, агульнарасейскі.*
2. Религиозная маркированность: *каталіцкі.*
3. Локализированность: *краёвы.*
4. Охват: *популярный, дружный, вялікі.*
5. Истинность: *здаровы, сапраўдны.*
6. Относительность: *гастранамічны.*
7. Инструмент формирования: *школа – фундамент не только знаний, но и патриотизма.*
8. Связь с общественными процессами: *грамадска-патрыятычны, ваенна-патрыятычны рух.*

Таким образом, та часть концепта «патриотизм»*,* которая объективируется в языке СМИ, выходит за рамки словарной дефиниции, обретает дополнительные концептуальные признаки. Структура концепта обладает широким набором различных переменных, которые активируются в зависимости от позиции автора, идеологической направленности медиа, что не только обуславливает многогранность концепта «патриотизм», но и оставляет пространство для манипулирования в процессе воздействия на аудиторию и, несомненно, оказывает влияние на формирование её мировоззрения. Тексты, размещённые в государственных СМИ («СБ. Беларусь Сегодня», «Гродзенская праўда», «Звязда»), могут рассматриваться в качестве средства репрезентации официальной позиции государства по вопросам формирования патриотизма. Чаще всего в таких изданиях патриотизм рассматривается в контексте риторики о Великой Отечественной войне, а советский народ представляется как эталон патриотизма. Акцент делается на сохранение памяти о войне, воспитание молодого поколения в духе патриотизма.

**Литература**

*Засорина Т.Д., Хомутова Н.Н.* Роль ценностей патриотизма в мировоззрении личности // Гуманитарные научные исследования (электронный журнал). 2016. № 3. URL: human.nauka.ru/2016/03/14510 (дата обращения 5.09.2020).

*Минский М.* [Фреймы для представления знаний / Пер. с англ. О.Н. Гринбаума; Под ред. Ф.М. Кулакова. М.: Энергия, 1979.](https://e-catalog.nlb.by/Record/BY-NLB-rr15795620000) 151 с.

*Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений, 4-е изд., доп. М.: А ТЕМП, 2006. 938 с.

*Сусык С.Ю.* Структура концепта «терроризм» и его объективация в дискурсе французских СМИ // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. 2007. Т. 13. № 2. С. 154-158.

*Токарев Г.В*. Лингвокультурология: Уч. пос.Тула: Изд-во Тул. гос. пед. ун-та им. Л. Н. Толстого, 2009. 135 с.

*Ушаков Д.Н.* Толковый словарь современного русского языка. М.: Аделант, 2013. 799 с.

**Valeria V. Romanchuk**

**OBJECTIFICATION OF THE CONCEPT OF “PATRIOTISM” IN THE DISCOURSE OF THE BELARUSIAN MASS MEDIA AND THE FORMATION OF THE WORLDVIEW OF YOUNG PEOPLE**

***Yanka Kupala State University of Grodno, Republic of Belarus***

*The article describes the structure of the concept “patriotism”, which is represented in the Belarusian media space. The features of objectification of the concept of “patriotism” are identified, the potential of its impact on the formation of the worldview of young people through the media is determined.*

***Keywords.*** *Concept structure, patriotism, frame, slot, conceptual features, worldview.*

**УДК 316.77**

**Елизавета Ильинична Савельева**

**Мира Борисовна Ротанова**

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

***Нижегородский государственный лингвистический***

***университет имени Н.А. Добролюбова***

*Рассмотрены понятие и роль коммуникации в системе государственного управления, обозначены методы формирования коммуникационного сопровождения деятельности главы государства и определены приемы использования информационно-коммуникационных технологий в целях повышения имиджа лидеров европейских стран.*

***Ключевые слова.*** *Коммуникативное сопровождение, имидж, главы государств, политика, информационно-коммуникационные технологии, СМИ, социальные сети, Интернет.*

Международная политическая коммуникация на современном этапе человеческого развития обретает более сложную структуру, характеризующуюся многомерностью информационно-коммуникативных технологий. В нее все больше вовлекаются негосударственные акторы ввиду размывания границ между внешней и внутренней политикой. Роль СМИ в процессе формирования политических предпочтений (что является одной из целей политической коммуникации) существенно возрастает. СМИ принимают роль своеобразного координатора информационных потоков [Федякин 2020: 67].

Связующим звеном между политическими лидерами и гражданским обществом в процессе политической коммуникации выступают средства массовой информации. Именно СМИ позволяют сформировать облик политика, оценить качество его работы. Грамотное выстраивание имиджа, создание образа – всё это является частью коммуникационного процесса и становится важным элементом работы как самого лидера, так и СМИ.

Политическим лидерам необходимы информационно-коммуникативные технологии для поддержания контакта и обратной связи с гражданами как своего государства, так и зарубежных стран. Политические тенденции постепенно привели к тому, что медиаорганизации полагаются на политические сюжеты в качестве приоритетного источника комментариев, обсуждений, что в современное время является показателем интереса аудитории и гарантом распространения новостей. Средства массовой информации и медиаплатформы позволяют получателю информации находиться в новостной культуре 24 часа в сутки, и за счет этого отношения между политиками и аудиторией становятся все более взаимозависимыми. Политикам потребовалось много времени, чтобы осознать тот факт, что, помимо своей ключевой демократической функции, СМИ могут быть союзником в политической коммуникации.

В эру цифровых информационно-коммуникативных технологий, когда аудитория раздроблена и диверсифицирована в выборе предпочтительных каналов получения информации (телевидение, радио, Интернет и печатные платформы), по-настоящему амбициозный политик имеет больше возможностей, чем когда-либо, для того чтобы создать информационный повод, сенсацию.

Средства массовой информации стимулируют участие граждан в политике; являются одними из основных информаторов о политических мероприятиях. Цель журналистики состоит в том, чтобы предоставить гражданам информацию, необходимую им для того, чтобы действовать и участвовать в политической жизни. На нормативном уровне М. Гуревич и Дж. Блумер определили пять основных функций и служб средств массовой информации для политической жизни:

* наблюдение за государственными чиновниками, общественными институтами, органами власти;
* составление повестки дня, включая определение актуальных социально-политических проблем;
* политическая защита для людей, защищающих общественные интересы;
* привлечение чиновников к ответственности и обеспечение стимулов привлечения граждан к активному участию в политической жизни [Hanitzsch 2016].

Журналисты выполняют задачи по информированию общества о внутренней и внешней политике государства, международном взаимодействии, об истинном положении государства и наличии проблем в государственном управлении. Потребитель СМИ может становиться непосредственным участником политической коммуникации, а не просто потребителем информации, обрабатываемой и подбираемой для него средствами массой информации [Юферева 2019: 11].

Рост социальных сетей открыл совершенно новую сферу политической коммуникации как новых информационно-коммуникативных технологий, которая, по некоторым оценкам, обходит платформы телевидения и радио. Последние по-прежнему охватывают значительно большую аудиторию, чем публикации в *Twitter* или *Facebook*, а также пользуются большим доверием, которое, похоже, будет сохраняться по крайней мере еще несколько лет, но расширение влияния социальных сетей на международную политическую коммуникацию отрицать нельзя.

Интернет-ресурсы, в том числе социальные сети, имеют специфическую аудиторию. Информация в них распространяется не массово, а индивидуально, согласно поисковым запросам конкретного человека. Именно поэтому с точки зрения инструмента политической коммуникации телевидение способно оказывать более значительное влияние и охватывать большие по объему социальные группы людей.

Одним из способов влияния новейших технологий на массовую коммуникацию в целом является предоставление пользователю большего личного контроля над процессом коммуникации и самостоятельного отбора интересующих его тем. На примере телевидения: каналы кабельного телевидения, способы записи и повтора телевизионных передач предоставляют членам аудитории доступ к специализированным программам и материалам, намного превосходящим то, что доступно в коммерческих телевизионных сетях и общественном телевидении [Доронин 2019: 13].

В средствах массовой информации разных стран личность Ангелы Меркель воспринимают по-разному и неоднозначно, но при всём разнообразии оценок политики канцлера, соответствующей политической обстановки все сходятся во мнении, что ей присуще скромное обаяние «обыкновенной немецкой женщины». Подчеркнуто негламурный, неяркий имидж стал не только визитной карточкой Меркель, но и залогом ее успеха. Она редко становится героиней светской хроники, скандалов, связанных с личной жизнью канцлера, в прессе едва ли можно найти. Но, пожалуй, ни одна сфера так не влияет на образ Ангелы Меркель в прессе, как внешняя политика. Немецкая пресса не скупилась на похвалы в адрес канцлера за то, что она вернула Германии статус одного из главных «локомотивов евроинтеграции» и кроме безусловной экономической роли в ЕС ФРГ снова играет огромную роль в политике Европейского союза. Ангела Меркель стала «хозяйкой Европы». Эта новая для неё роль стала объектом как восхищения, так и критики. Хотя СМИ Германии отмечают, что у федерального канцлера нет четкой линии в проведении европейской политики.

Общее в оценках германских СМИ – это то, что при всех отмечаемых минусах политики канцлера, она остаётся любимой «мамой Германии», которая заботится о внутренней стабильности и благополучии страны. В немецких СМИ нередко можно встретить понятие «эпоха А. Меркель» [Федякин 2020].

Образ Ангелы Меркель в немецком обществе и СМИ хотя и не яркий, но гармоничный и вполне законченный. Образ федерального канцлера в европейских СМИ естественным образом формирует политика Меркель в ЕС. В европейской прессе она предстаёт в образе консервативной, жёсткой, неуступчивой, постоянно борющейся за лидерство в Европе «железной канцлершой». Европейцы за ледяной тон и жесткую внутреннюю политику порой сравнивают Ангелу Меркель с А. Гитлером [Трохинова 2019: 45]. Для экономически слабых стран личность канцлера в прессе демонизируется. СМИ Греции, Испании и Италии пишут о желании канцлера создать «четвертый рейх», а её политику называют «экономическим фашизмом». Ангела Меркель предстаёт виновницей всех бед в этих странах.

Кандидаты на пост президента Франции на выборах 2017 года – Марин Ле Пен из крайне правого Национального фронта и левый кандидат в президенты Жан-Люк Меланшон – представляют две полярные силы политического спектра. Сегодня власть справа пользуется гораздо большей поддержкой населения, имеет сплоченный, стабильный электорат. Франция в целом становится более радикальной.

В отличие от Национального фронта (NF), глобалист Э. Макрон готов привлекать во Францию иностранный инновационный бизнес (венчурного капитала и т.д.), особенно из США, Китая, Израиля. Подтвердив свои намерения 4 февраля 2017 года на митинге в Лионе, он пригласил «всех инновационных предприятий и американских ученых, которые не готовы мириться с реформами Д. Трампа, иммигрировать во Францию».

В качестве основной отличительной черты программы NF французские СМИ подчеркнули, что она в значительной степени «смягчает» и «исправляет» старые формулировки. Согласно *Le Nouvel Observateur*, словарь, используемый в программе, по-видимому, «сглаживается»: вместо того, чтобы покинуть зону евро, предлагается «восстановить национальную валюту». Такие же заметки *Le Figaro*: «программа 2017 года, сохранив прежний корпус идей, подверглась корректировке». *Le Monde*, комментируя новые подходы NF, считает своей важной особенностью разработку «плавной экономической программы».В результате 100% подсчета голосов Эммануэль Макрон выиграл 66,10% голосов (20 743 128 человек), Марин Ле Пен заняла второе место с результатом 33,90% (10 638 475 человек). Следовательно, тактика и информационно-коммуникативные технологии Макрона были успешны и своей победе он обязан именно им.

Как показало проведенное исследование, коммуникация в системе государственного управления представляет собой не что иное, как «создание, передачу, распространение и получение адресатом информации политического характера, осуществляемые представителями власти в своих целях и интересах, направленную на достижение результата в виде положительной обратной связи и повышения заметности и поддержки политической и государственной деятельности».

К традиционным односторонним технологиям, которые априори определены как опосредованные, причислены такие технологии взаимодействия власти и населения, как телевидение, радио и печатная корреспонденция (газеты, журналы). Особенностью этих информационно-коммуникативных технологий является то, что их основная цель – это информирование людей о деятельности главы государства, принятых решениях и социально-политическом состоянии страны, но не получение обратной связи от населения. Но именно благодаря информированности общество получает возможность сформировать собственное мнение по определенным вопросам, что служит основой для дальнейшего диалога с властью. В свою очередь традиционные двусторонние технологии коммуникации распались на непосредственные и опосредованные. К непосредственным относятся: прямая связь (личный прием у государственного должностного лица / прямой телефонный контакт), круглые столы с участием представителей власти и населения, общественные приемные (встречи высших должностных лиц/министров/региональных руководителей с жителями районов, работниками предприятий). Опосредованные – печатные издания (газеты, журналы), радио, телевидение.

По мере развития информационных технологий, СМИ претерпевают качественные и количественные изменения. В ряды «традиционных», известных средств массовой информации, активно добавляются новые медиа. Однако стоит отметить, что больший коэффициент доверия к СМИ прослеживается у телевидения.

**Литература**

*Доронин В.А.,* *Марченко М.Н.*  Дизайн-проектирование одноэтапных и многоэтапных социальных коммуникаций в политической рекламе: учебное пособие. Краснодар: Новация, 2019. 115 с.

*Трохинова О.И.* Легитимация непопулярных политических решений: коммуникационный аспект: Дис. ... канд. полит. наук: 10.01.10. Санкт-Петербург, 2019. 336 с.

*Федякин А.В.,* *Федякин И.В., Пономарева А.И.* Масс-медиа в современной политической коммуникации: зарубежный и российский опыт. М.: Социально-политическая мысль, 2020. 281 с.

*Юферева А.С.* Особенности функционирования института СМИ в системе политической коммуникации в условиях конвергенции: на примере избирательной кампании 2016: Дис. … канд. филол. наук: 10.01.10. Екатеринбург, 2019. 260 с.

*Hanitzsch T., Vos T.P.* Journalism Beyond Democracy: A New Look into Journalistic Roles in Political and Everyday Life // Journalism. 2016. Т. 19. №. 2. P. 146-164.

**Elizaveta I. Savelyeva**

**Mira B. Rotanova**

**FEATURES OF THE FORMATION OF THE IMAGE OF POLITICAL FIGURES IN THE MODERN INFORMATION SPACE**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*In the article, the author examines the key methods of using information and communication technologies in order to improve the image of the heads of state. Competent formation of communication support in the President’s activities for competitiveness in the political arena. The article examines the concept and role of communication in the system of public administration, outlines the methods of forming communication support for the activities of the head of state, and defines the methods of using information and communication technologies in order to improve the image of European heads of state.*

***Keywords.*** *Communicative support, image, heads of state, politics, information and communication technologies, mass media.social networks, internet.*

**УДК 340.114.5**

**Екатерина Николаевна Тогузаева**

**Наталия Владимировна Тюменева**

**ПРАВОВЫЕ РИСКИ ФОРМИРОВАНИЯ**

**ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ**

**НАСЕЛЕНИЯ В ПЕРЕХОДНУЮ ЭПОХУ**

***Саратовский государственный университет***

***имени Н.Г. Чернышевского***

*В работе представлены результаты исследования информационно-коммуникативной культуры как явления, возникшего в переходный период, связанный со становлением качественно нового общества – информационного. Отмечается, что информационно-коммуникативная культура есть показатель качества функционирования современной информационной сферы, которая формируется преимущественно в пространстве сети Интернет. Поскольку интернет-пространство трудноконтролируемое, не привязанное к конкретной государственной юрисдикции, в нем не всегда эффективны традиционные государственно-правовые механизмы, что само по себе является существенным рискогенным фактором, негативно влияющим на состояние информационной безопасности государства. Рассмотрены виды правовых рисков, приводящих к стагнации информационно-коммуникативной культуры. Получены выводы о том, что риск как в целом бинарное, но преимущественно отрицательное явление и присущ информационной сфере, к тому же детерминируется ее динамикой и сложной организованностью. Поэтому коммуникации между пользователями Сети требуют упорядочения на основе правовых механизмов для сведения к минимуму кризисных рискогенных факторов. Управление рисками, в том числе минимизация их негативных сторон, возможно с помощью целенаправленной правовой политики в информационной сфере, а также повышением уровня правотворческой техники.*

***Ключевые слова.*** *Правовой риск, информационно-коммуникативная культура, правовые ценности, правовое регулирование.*

Информатизация социальной действительности, перевод значительного спектра общественных отношений в интернет-пространство предопределили необходимость рационального и цивилизованного обращения с информацией, упорядочение коммуникаций субъектов в информационной сфере сети Интернет, который из технико-вспомогательного средства трансформировался в стратегически значимый ресурс и приобрел социально-культурное значение. Поэтому сегодня не вызывает сомнения тот факт, что результатом развития информационного общества является особый культурно-исторический контекст его существования, который именуется «информационно-коммуникативная культура».

Информационно-коммуникативная культура как часть социальной реальности современной переходной эпохи, как разновидность культуры общесоциальной являет собой определенный показатель качества информационной сферы, развитости всех ее компонентов (информационных систем, сетей связи, информационных технологий, субъектов, деятельность которых связана с формированием и обработкой информации, развитием и использованием названных технологий, обеспечением информационной безопасности, качества механизмов регулирования соответствующих общественных отношений), а также отражает ценностный уровень ее сформированности.

Поскольку информационная сфера локализуется преимущественно в виртуальном пространстве сети Интернет, особенностью которого является отсутствие материализованных границ, затрудненность, а в некоторых случаях и невозможность определения государственной юрисдикции; кроме того, пользователи Сети действуют в информационном интернет-пространстве зачастую анонимно, то это значительно увеличивает рискогенные факторы неправомерного использования информации, информационных технологий и информационных ресурсов и, как следствие, ведет к разбалансированию информационного (электронного) порядка, подрыву информационной безопасности, падению общего уровня информационно-коммуникативной культуры. Поэтому в современных условиях актуализируется необходимость управления такими рисками в интернет-пространстве и выработки рациональных подходов и способов правомерного использования интернет-возможностей.

В настоящее время интернет-пространство активно насыщается управленческо-контрольными механизмами, формируется электронное государство и электронное правительство, а также принимаются юридические нормы, регулирующие отношения между пользователями сети Интернет, что существенным образом «окультуривает» информационную сферу. Однако это сопровождается интенсификацией правовых рисков в информационной сфере.

Риск вообще – это неупорядоченный процесс, несистемное явление общественной жизни [Трофимов, Горнов 2019: 31], которое связано с общим пониманием возможной опасности в процессе существования человека и его деятельности. Вероятность наступления риска и его последствия трудно спрогнозировать. Как правило, риски приобретают правовое значение тогда, когда наступают негативные последствия, действия субъекта приносят ущерб, в этом смысле правовой риск носит негативный характер [Павлов, Савенок 2019: 278].

К таким рискогенным факторам, время и источник которых не только трудно спрогнозировать, но и трудно обнаружить в безграничном интернет-пространстве, а ущерб от которых колоссален не только для информационного правопорядка, но и подрывает духовно-нравственную основу информационно-коммуникативной культуры, следует относить следующие:

– во-первых, это риски связанные с подрывом духовно-нравственной основы информационного общества, которые реализуются посредством нивелирования и девальвации правовых и общечеловеческих ценностей в информационном пространстве;

– во-вторых, это риски, связанные с подрывом авторитета государства как субъекта, обеспечивающего информационную безопасность общества;

– в-третьих, риски связанные с неэффективностью методов правового регулирования информационных отношений, что может привести к деформации правосознания и правовой культуры пользователей.

Рассматривая первую группу рисков, следует обратить внимание на тот факт, что экперты отмечают искажённость мировосприятия, нивелирование этических и моральных норм, деформацию шкалы ценностей как общую тенденцию трансформации современной интернет-культуры [Колношенко 2019: 75]. Ситуация усугубляется и тем, что в менее контролируемой и деидеологизированной, по сравнению с пространством офлайн, информационной сфере активнее реализуется дезинтеграционный потенциал деформированного глобализацией и информатизацией развития культуры, ускоряется ее переход со стадии системно-локальных культур (то, что было в классических культурах) к стадии, когда культура становится частью глобально-коммуникационного пространства, при котором все культуры как бы помещаются в единый информационный «мешок» [МироновВ.В. 2010] с последующим формированием прообраза тоталитарного общества в международном масштабе [Анненкова, Залоило 2019: 146].

Потеря национально-культурных ориентиров в едином информационном пространстве, отсутствие духовного идеала оборачивается зачастую деформацией шкалы ценностей, нередко происходит размывание и замена ценностей. Поэтому, например, эксперты отмечают, что вербовка молодежи в секты, в экстремистские, террористические, иные преступные сообщества сейчас переместилась в интернет-пространство и идет там активнее и, к сожалению, результативнее, чем в пространстве офлайн. Для массы завербованных через Интернет молодых людей, террористы, экстермисты являются, к сожалению, не агрессорами, а защитниками собственной культуры [Миронов 2010].

Думается, что без четких идеологических ориентиров в информационно-коммуникативной культуре, направленных на социализацию, прежде всего молодежи, которая буквально живёт в виртуальном мире, продолжится ослабевание и деформация идеологических мотиваций пользователей. Полагаем, что формирование ценностного пласта информационно-коммуникативной культуры должно идти путем перенесения выработанной в обществе шкалы правовых, моральных и этических ценностей в интернет-пространство. Для этого необходима пропаганда правовых ценностей, правовое просвещение и правовое воспитание с применением информационных технологий, которые должны быть обеспечены государством в последовательно реализуемой культурной и воспитательной политике.

Так, в Стратегии воспитания молодежи РФ на период до 2025 года [Стратегия 2015] подчеркнут приоритет формирования позитивного мировоззрения молодого человека, но при этом отмечено, что состояние современной молодёжи характеризуется отсутствием сформированного мировоззрения, основанного на позитивных ценностях инноваций, патриотизма, нравственности, правосознания.

Думается, что высокая степень автономии и самостоятельности пользователей в информационном пространстве обусловливает то, что воспитательное воздействие должно быть ориентировано на формирование механизмов социальной ответственности, самоограничения от распространения вредоносных идей, использования запрещенных ссылок. Государственно-правовая система в этом процессе занимает ведущее место как с управленческо-организационной, так и с содержательно-мировоззренческой точки зрения.

Риски, связанные с подрывом авторитета государства как субъекта, обеспечивающего информационную безопасность общества, – это риски, которые проявляются незамедлительно, а вредоносные последствия от них колоссальны и связаны с опасностью потери информационного суверенитета России. Под информационной безопасностью понимается защищенность информационных ресурсов (информационных систем) и поддерживающей инфраструктуры от случайных или преднамеренных воздействий естественного или искусственного характера, чреватых нанесением ущерба владельцам или пользователям информационных ресурсов [Ревнивых, Федотов 2012: 71].

Если исходить из того, что риск – это вероятность реализации угрозы информационной безопасности [ГОСТ 2002], то риски как угрозы национальной безопасности многочисленны и сформулированы в Доктрине 2016. К ним относятся:

– использование трансграничного оборота информации для достижения геополитических целей, противоречащих международному праву;

– реализация террористических, экстремистских, криминальных и иных противоправных целей в ущерб международной безопасности и стратегической стабильности;

– наращивание зарубежными странами возможностей информационно-технического воздействия на информационную инфраструктуру России в военных целях;

– усиление деятельности организаций, осуществляющих техническую разведку в отношении российских государственных органов, научных организаций и предприятий оборонно-промышленного комплекса;

– широкое использование спецслужбами отдельных государств информационных технологий для оказания информационно-психологического воздействия, направленного на дестабилизацию внутриполитической и социальной ситуации в различных регионах мира и приводящего к подрыву суверенитета и нарушению территориальной целостности других государств;

– увеличение в зарубежных средствах массовой информации объема материалов, содержащих предвзятую оценку государственной политики Российской Федерации;

– наращивание информационного воздействия на население России, в первую очередь на молодежь, в целях размывания традиционных российских духовно-нравственных ценностей;

– широкое использование террористическими и экстремистскими организациями механизмов информационного воздействия на индивидуальное, групповое и общественное сознание в целях нагнетания межнациональной и социальной напряженности, разжигания этнической и религиозной ненависти либо вражды, пропаганды экстремистской идеологии, а также привлечения к террористической деятельности новых сторонников;

– возрастание масштабов компьютерной преступности, прежде всего в кредитно-финансовой сфере, увеличение числа преступлений, связанных с нарушением конституционных прав и свобод человека и гражданина, в том числе в части, касающейся неприкосновенности частной жизни, личной и семейной тайны, при обработке персональных данных с использованием информационных технологий [Доктрина 2016].

Анализ вышеназванных рискогенных политико-правовых факторов показал, что в информационном пространстве Интернета продолжается информационная, идеологическая и культурологическая война, которая ведется с помощью распространения экстремистской идеологии неонацизма и радикального ислама, реализуется политика геополитической и культурной экспансии, навязывается агрессивное противоборство в экономической, политической, культурной сферах.

Для пресечения противозаконной деятельности, направленной на подрыв информационной безопасности, в информационной сфере нашей страной реализуется стратегия защиты, которая предполагает сочетание открытости Интернета с фрагментарной контролируемостью информационного пространства путем ограничений доступа к сайтам, оказывающим негативное влияние на сознание и культурные ценности населения страны [Об информации... 2006].

Усиление государственного контроля над контентом спровоцировали риски учащения в распространении недостоверной, фейковой информации. В этой связи государство активизировалось в вопросах упорядочения функционирования Интернета. Уже предприняты первые шаги управления рисками информационной безопасности.

Одним из них стала суверенизация Интернета, в результате которой усилился контроль за контентом. Первостепенной задачей государства в этом направлении стало, с одной стороны, решение проблемы обеспечения открытости доступа населения России к Интернету, а с другой, – обеспечение надежной защиты населения России, особенно наиболее уязвимые его категории, от негативного влияния и угроз в информационном пространстве. В условиях информационной и культурологической войны такая модель, на наш взгляд, является наиболее приемлемой в демократическом обществе и может служить основой современной концепции информационной культурной политики России.

Усиливаются правовые риски, связанные с деформацией правосознания и правовой культуры пользователей в связи с неэффективностью методов законодательного регулирования информационных отношений. Р.А. Крючков, формулируя определение правового риска, указывает, что «…риск с точки зрения права – присущая человеческой деятельности объективно существующая и в определенных пределах способная к оценке и волевому регулированию вероятность понесения субъектами правоотношений негативных последствий вследствие наступления неблагоприятных событий, закономерно связанных с разнообразными предпосылками (факторами риска)» [Крючков 2014: 158]. Риск выше там, где сильнее неопределенность как в отношении условий динамики самой деятельности, так и в отношении ее результирующих итогов. В информационном пространстве такая неопределенность имеется, потому что далеко не все правовые средства оказываются столь же эффективны в интернет-пространстве, как в пространстве офлайн [Синюков 2019: 15], что может сформировать у пользователей отношение неверия в право, деформировать его.

Для преодоления этих рискогенных факторов в настоящее время анонсируются разнообразные механизмы, связанные с расширением альтернативных, более гибких процедур решения правовых взаимодействий – это и медиативные процедуры, и технологии оценки регуляторного воздействия (ОРВ), и «мягкое право», и стратегии *soft law*, и техническое опосредование правового регулирования. Безусловно, все эти инструменты очень тесно связаны с риском [Павлов, Савенок 2019: 280].

Таким образом, Интернет как феномен и неотъемлемый атрибут современного информационного социокультурного пространства способен оказывать не только прогрессивное воздействие на общество, но и деструктивное. В этой связи возникновение правовых рисков в информационно-коммуникативной культуре – это закономерный процесс, обусловленный самой ее динамикой, постоянной перенастройкой ее элементов, возникновением, изменением и распадом присущих информационно-коммуникативной культуре социально-правовых связей.

В интернет-пространстве велики риски правовых, политических, духовных и иных трансформаций, что может стать источником, стимулирующим протестные настроения в обществе. В этой связи становится актуальной научная задача по нейтрализации таких рисков путем осуществления продуманной политики информационной безопасности, а также осуществления пропаганды правовых ценностей, правового воспитания молодёжи для решения задач по обеспечению информационной безопасности и защиты сознания личности.

**Литература**

*Анненкова И.В., Залоило М.В.* Новая культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: право, медиа и национальная идентичность // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. 2019. № 3. С. 140-155.

ГОСТ Р ИСО/МЭК 15408-1(2,3) – 2002. Методы и средства обеспечения безопасности. Критерии оценки безопасности информационных технологий. Ч. 1-3. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200029952> (дата обращения: 14.02.2021).

Доктрина информационной безопасности Российской Федерации: Указ Президента РФ. 2016. 05 дек. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71456224/> (дата обращения: 14.02.2021).

*Колношенко В.И., Колношенко О.В.* Интернет в культуре: значение и последствия влияния // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2019. № 3. С. 71-76.

*Крючков Р.А.* Подходы к определению риска в современном праве // Правовое поле современной экономики. 2014. № 10. С. 154-164.

*Миронов В.В.* Философское обоснование противодействия терроризму и экстремизму. Выступление на II Всероссийской научно-практической конференции в МГУ им. М.В. Ломоносова. Москва, 13-14 октября 2010 года. URL: <https://uao.mos.ru/counter-terrorism/the-national-anti-terrorist-committee-of-the-russian-federation-informs-/performances-and-interviews/detail/8524443.html> (дата обращения: 14.02.2021).

Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ (в ред. от 30.12.2020) // Российская газета. 2006. 29 июля.

*Павлов В.И., Савенок А.Л*. Риск в праве как теоретико-правовой и антрополого-правовой феномен (на примере уголовно-правового понятия риска) // Юридическая техника. 2019. № 13. С. 275-282.

*Ревнивых А.В., Федотов А.М.* Обзор политик информационной безопасности // Вестник НГУ. Серия: Информационные технологии. 2012. Т. 10. Вып. 3. С. 66-79.

*Синюков В.Н.*[Цифровое право и проблемы этапной трансформации российской правовой системы //](https://www.elibrary.ru/item.asp?id=40082698) [Lex russica (Русский закон)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=40082697). 2019. [№ 9 (154)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=40082697&selid=40082698). С.   9-18.

Стратегии воспитания молодежи РФ на период до 2025 года:утв. Распоряжением Правительства РФ от 29.05.2015. URL: <http://static.government.ru/media/files/f5Z8H9tgUK5Y9qtJ0tEFnyHlBitwN4gB.pdf> (дата обращения: 14.02.2021).

*Трофимов В.В., Горнов А.И.* Риски в правовой жизни общества: природа, характер, влияние, роль правовой политики в вопросе управления // [Правовая политика и правовая жизнь](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=41558193). 2019. [№ 4](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=41558193&selid=41558198). С. 31-40.

**Ekaterina N. Toguzaeva**

**Natalia V. Tyumeneva**

**LEGAL RISKS OF THE FORMATION OF INFORMATION**

**AND COMMUNICATION CULTURE**

**OF THE POPULATION IN THE TRANSITION ERA**

***Saratov State University***

*The paper presents the results of the study of information and communication culture as a phenomenon that emerged during the transition period associated with the formation of a qualitatively new society – the information society. It is noted that the information and communication culture is an indicator of the quality of functioning of the modern information sphere, which is formed mainly in the space of the Internet. Since the Internet space is difficult to control, not tied to a specific state jurisdiction, traditional state-legal mechanisms are not always effective in it, which in itself is a significant risk factor that negatively affects the state of information security of the state. The types of legal risks that lead to the stagnation of information and communication culture are considered. It is concluded that risk, as a binary phenomenon in general, but mainly a negative phenomenon and process inherent in the information sphere, is determined by its dynamics and complexity, so communication between network users requires ordering on the basis of legal mechanisms to minimize crisis risk factors. Risk management, including minimizing their negative aspects, is possible with the help of a targeted legal policy in the information sphere, as well as by increasing the level of law-making technology.*

***Keywords.*** *Legal risk, information and communication culture, legal values, legal regulation.*

**УДК 316.772**

**Мария Александровна Талышева**

**Наталия Владимировна Поплавская**

***TIkTok* КАК** **ОТРАЖЕНИЕ ЦЕННОСТНЫХ**

**ОРИЕНТИРОВ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ**

***Российский университет дружбы народов***

*Рассматривается платформа TikTok в контексте формирования и отражения ценностей молодежи. Оценивается влияние формата и способа подачи информации на процессы становления личности и ее социализации. Обнаруживается взаимосвязь характера транслируемой информации с ценностными установками поколения Z.*

***Ключевые слова.*** *TikTok, поколение Z, ценности, личность, социализация, социальные сети, цифровизация, глобализация.*

В XXI  веке, веке глобализации и цифровизации информационного пространства, уже никого не удивляет появление новых приложений, в которых есть возможность обмениваться информацией, создавать контент и, конечно же, монетизировать его. Рано или поздно, в любое приложение, чья экспансия достигает мировых масштабов, а аудитория начинает насчитывать сотни миллионов пользователей, вводится монетизация как дополнительный стимулирующий фактор создания и увеличения разного рода контента. Создатели нового контента в стремлении к продвижению собственного имиджа и, соответственно, заработку раскручивают популярность платформы, тем самым еще больше увеличивая охват, в первую очередь среди молодежи, так как именно она выступает основным потребителем Интернета. Следующий шаг развития платформы – ее становление в качестве рекламной площадки. Охват увеличен, пользователи заинтересованы в контенте, а значит, наступает время прихода на платформу рекламодателей, в том числе и крупных мировых компаний, которые подстраиваются под формат и тренды платформы для продвижения собственных товаров и услуг.

Однако не стоит забывать, что параллельно с этими экономическими процессами простые пользователи, которые приходят на платформу первоначально не за тратами, а за контентом, становятся участниками больших и жестоких рыночных игр, сами того не подозревая.

История широко известной в России и по всему миру социальной сети *TikTok* началась еще в 2014 году и с абсолютно других приложений:

2014 год – в Шанхае (Китай) запускается приложение *Musical.ly*, изначально направленное на повышение уровня образованности молодежи с помощью научно-популярного видеоконтента длительностью от 5 минут. Довольно быстро разработчики, ввиду отсутствия должного отклика аудитории, изменили формат на социальную сеть для создания коротких видео, прямых эфиров и обмена сообщениями.

2016 год – пекинская частная холдинговая IT-компания *ByteDance Ltd.* (*Beijing ByteDance Technology Co., Ltd.*, Китай, 2012 г.) разрабатывает приложение *Douyin* – видеохостинг для создания и просмотра коротких музыкальных видео с возможностью добавления различных звуковых, визуальных и текстовых эффектов. Интересен тот факт, что первоначально деятельность компании была направлена на работу с искусственным интеллектом. Этим может объясняться довольно нестандартная технология ранжирования видеоматериалов, попадания их в рекомендации к просмотрам по интересам аудитории и, как следствие, быстро растущая популярность среди населения Китая.

2017 год – компания чувствует успех (более 100 миллионов пользователей), контент *Douyin* продублирован в дочерний *TikTok*, однако законы Китая не позволяют объединять платформы и продвигать их на международном рынке.

2018 год – *ByteDance* выкупает платформу *Musicaly.ly*, и с этого момента начинается история глобальной экспансии нового приложения на платформе бывшего *Musicaly.ly* с контентом, аналогичным наполнению *Douyin*, под названием *TikTok* [Tidy, Galer 2020].

2019 год – *TikTok* становится самой обсуждаемой социальной сетью и встает на 6-ю позицию мирового рейтинга самых активных мобильных приложений по числу пользователей [TikTok].

2020 год – *TikTok* опускается на 8-ю позицию, уступая место американским маркетплейсам и стриминговым сервисам, но удерживая свою позицию в первой десятке [Digital 2020].

Несмотря на падение на две строчки в мировом рейтинге приложений по числу пользователей, *TikTok* сегодня – это одна из крупнейших социальных сетей, популярная среди молодежи, позволяющая не только достаточно легко создавать видеоконтент с уже встроенными инструментами (помимо привычных фильтров, анимаций, масок и прочих спецэффектов) по наложению аудио, визуальных и текстовых элементов, но и довольно быстро его продвигать – благодаря уникальной технической возможности приложения считывать (по времени и частоте просмотра тех или иных видео) интересы пользователей.

Особенность *TikTok* заключается также и в самом формате контента, в его идее: ролики любительского производства, снятые по определенным вирусным трендам – хештег-челленджам, которые уже подразумевают определенный алгоритм действий и порой даже обработки видео [Кунаковская 2020].

Эти алгоритмы сравнимы с разноплановыми тематическими заданиями, сформулированными в несколько коротких слов, зафиксированных знаком хештега #. Автор лишь индивидуализирует получившийся творческий продукт, и чем лучше он это сделает, тем больше шансов у него попасть в рекомендации, которые также фиксируются хештегами #рек, #рекомендации, #хочуврек и т.д. Однако автор не нашел никаких подтверждений, что именно хештеги о желании попасть в рекомендации могут повлиять на ранжирование и появление видео в общедоступной, первичной при открытии приложения, ленте. Разработчики не распространяют эту информацию, как и алгоритм ранжирования по интересам, но по любым хештегам-рубрикаторам пользователи могут самостоятельно сортировать и выбирать интересующий к просмотру контент одним нажатием на него.

Почему же так важно знать историю создания данного приложения и его тренды?

Во-первых, приложение, созданное согласно всем поколенческим особенностям молодежи Z, привыкшей к мгновенному получению любой информации, к быстрой ее обработке и усвоению, обладающей клиповым мышлением и характеризующейся малым временем концентрации внимания [6, 7, 8], будет продолжать набирать охваты.

История создания и становления приложения *TikTok* лишний раз подтверждает, что поколенческие особенности «детей цифровых технологий» накладывают отпечаток на сам формат информации, которой обменивается современная молодежь: эта информация должна быть легкой, яркой, емкой и более короткой, чем в социальных сетях, созданных ранее (формат *Stories* в *Instagram* и других социальных сетях, повторивших его, проигрывает *TikTok* по красочности и ранжированию, стандартные посты-лонгриды уже не воспринимаются клиповым мышлением молодежи, а попытка перевести их в видеоконтент *IGTV* не приносит желаемого результата, так как он занимает слишком много времени для просмотра).

Привлекательная и понятная для современной молодежи форма преподнесения информации с каждым годом будет только укреплять свои позиции и смещать акцент внимания нового поколения с других источников информации. Уровень доверия к подобного рода социальным сетям увеличивается в том числе и за счет всеобщего скептического настроя к официально зарегистрированным СМИ, и за счет «эффекта присутствия», виртуального участия во всех транслируемых в режиме реального времени в социальных сетях событиях.

Во-вторых, согласно теории поколений Уильяма Штрауса и Нила Хау, на формирование ценностей поколений в равной степени оказывают влияние как внутренние факторы отдельной ячейки общества (психологическое состояние, воспитание, семья), так и внешние факторы развития общества в целом (политика, экономика, социальные и технологические события) [Strauss, Howe 1991, 1997; Шамис, Антипов 2007]. Все события, происходящие с человеком и вокруг него до 10-12 лет, формируют определенные поведенческие паттерны на всю жизнь: отношение к работе, взгляды на мир, потребительское поведение и прочее [Кулакова 2018]. А это значит, что тренды, за счет которых продолжает набирать популярность *TikTok*, вынося их за пределы одного приложения, диктуют обществу современной молодежи некие шаблоны поведения, за счет которых пользователи могут не только реализовать свой творческий потенциал и стать популярными, но и обрести финансовую независимость, следуя определенным алгоритмам в надежде попасть в желаемый #рек.

В-третьих, если рассматривать новую социальную сеть как социальную среду, систему социальных связей, то можно прийти к выводу, что, становясь ее пользователем, человек продолжает проходить процесс социализации. По Г.М. Андреевой, социализация – процесс двусторонний и включает в себя как усвоение индивидом социального опыта, так и активное воспроизводство им этой системы за счет его включения в конкретную социальную среду [Андреева 2009: 195].

Можно сделать вывод, что новое поколение, погружаясь в процесс социализации в виртуальном обществе, подвластном трендам, не только усваивает опыт, полученный в них, но и преобразовывает этот опыт в собственные ценности, установки, ориентации. В данном случае пользователь выступает одновременно и как объект, и как субъект общественных онлайн-отношений, которые характеризуются преемственностью.

По А.Н. Леонтьеву, формирование личности – это «процесс непрерывный, который состоит из ряда последовательно сменяющихся стадий, качественные особенности которых зависят от конкретных условий и обстоятельств» [Леонтьев 1975: 104]. Рассматривая отдельно взятые шаблоны поведения современной молодежи, мы, безусловно, не увидим в профилях в социальных сетях критических изменений ценностей и отражение их в определенных медиапродуктах. Однако, если рассматривать не одну социальную сеть, а проанализировать общую направленность современного цифрового контента в целом, то будет заметно рождение новой личности с отличающимися от прошлых поколений ценностями, подходом к построению отношений друг с другом и обществом уже в другой, постоянно и быстро расширяющейся действительности.

**Литература**

*Андреева Г.М.* Социальная психология : учебник для высших учебных заведений. 5-е изд. , испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2009. 363 с.

*Кулакова А.Б.* Поколение z: теоретический аспект // Вопросы территориального развития. 2018. № 2 (42). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/pokolenie-z-teoreticheskiy-aspekt (дата обращения: 21.10.2021).

*Кунаковская З.* Что такое TikTok и как им пользоваться, 2020. URL: <https://rb.ru/longread/tiktok/#rec159898454> (дата обращения: 14.02.2020).

*Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1975. 130 с.

*Шамис Е., Антипов А.* Теория поколений // Маркетинг. Менеджмент. 2007, № 6. С. 42-46.

Digital 2020 Global Overview Report, 2020. URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (дата обращения: 14.02.2020).

*Strauss W., Howe N.* Generations: The History of America’s Future, 1584–2069. New York: William Morrow and Company, 1991. 538 p.

*Strauss W., Howe N.* The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us about America's Next Rendezvous with Destiny. New York: Broadway Books, 1997. 400 p.

*Tidy J., Galer S.S.* TikTok: The Story of a Social Media Giant // BBC News, 5 August 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/technology-53640724> (дата обращения: 14.02.2020).

*TikTok.* URL: <https://www.tiktok.com/ru-RU/> (дата обращения: 14.02.2020).

**Maria A. Talysheva**

**Natalia V. Poplavskaya**

**TIKTOK AS A REFLECTION OF THE PERSONAL VALUES**

**OF MODERN YOUNG PEOPLE**

**RUDN University**

*The article considers the TikTok platform in the context of the forming and reflecting the young people values. The influence of the format and the way of information presentation on the processes of personality formation and socialization is evaluated. The authors reveal a correlation between the nature of the presented information and the values of Generation Z.*

***Keywords.*** *TikTok, generation Z, values, personality, socialization, social media, digitalization, globalization.*

**УДК 101.1:316**

**Наталья Андреевна Тарасова**

**ОСОБЕННОСТИ САМОКОНСТРУИРОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ**

**В КОНТЕКСТЕ «ВИРТУАЛЬНОЙ СВОБОДЫ»**

***Нижегородский государственный лингвистический***

***университет имени Н.А. Добролюбова***

*Рассматриваются основные трансформации субъекта виртуальной реальности в контексте самоконструирования. Искусственно созданный мир становится символическим полем практик самопредставления, сценической площадкой для игры с идентичностью, экспериментальным полем самопознания и самополагания.*

***Ключевые слова.*** *Виртуальность, виртуальная личность, виртуальная коммуникация, самопрезентация, самоидентификация, самополагание, самоконструирование, Интернет.*

Искусственно созданный мир на основе цифровых технологий под названием «виртуальная реальность», стал новой средой, где происходит радикальная трансформация времени, пространства, социального бытия и фундаментальных измерений субъектов. В силу ряда объективных технологических особенностей (анонимность, интерактивность, дистантность, отсутствие границ и маркеров телесности и многое др.) данный мир задает для субъектов новые возможности в самоконструировании. Совершенно новый качественный уровень этих возможностей несет в себе как позитивный, так и негативный потенциал, на который субъект вынужден рефлексировать определенным образом. Следовательно, выявление особенностей трансформаций субъектов в виртуальной среде становится все более актуальным.

Для раскрытия данного вопроса важно прежде всего раскрыть понятие «виртуальная реальность». Термин «виртуальность» происходит от латинского слова *virtualis*, что означает объект или состояние, которые реально не существуют, но могут происходить при определенных условиях [Рузавин 2010: 404]. С помощью современных технических средств субъект погружается в виртуальную реальность, в которой он иногда может не различать вещи и события действительного и виртуального мира: мир дан ему непосредственно в его ощущениях, а они оказываются на этом уровне неразличимыми. Кроме этого, новый сконструированный мир способствует отчуждению и самоотчуждению субъекта [Кузнецова 2018: 43].

Понятие «виртуальная реальность» рассматривается как в отечественной, так и зарубежной литературе. На сегодняшний день известны два основных подхода к раскрытию данного понятия.

1. Онтологический подход (М. Хайм, Н.А. Носов, С.И. Орехов, С.С.      Хоружий и др.). Здесь виртуальная реальность трактуется как проявление глубоких онтологических закономерностей и принципов. Однако каждый из сторонников вносит свои коррективы в определение виртуальной реальности, видя в ней разное: одни – «атрибут хаоса», другие – «тождество материального и идеального», третьи приписывают виртуальной реальности принцип «полионтичности».
2. Антропологический подход (Ж. Бодрийяр, П. Вирильо, Ж. Делез, Ф.  Джеймисон, А. Крокер, М. Постер и др.). Сторонники данного подхода рассматривают виртуальную реальность как символ постмодернизма, когда сама социальная реальность начинает проявлять признаки виртуальности. Виртуальная реальность представляется ими как особая система социальных взаимодействий, которая является симуляцией социальных процессов [Болтенков 2018].

Наиболее полное, на наш взгляд, определение понятию «виртуальная реальность» предлагает М. Кастельс. Виртуальная реальность, по М. Кастельсу,  – это «система, в которой сама реальность (т.е. материальное/символическое существование людей) полностью схвачена, полностью погружена в виртуальные образы, в вымышленный мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом» [Кастельс 2000: 351-352]. Таким образом, виртуальная реальность – это искусственно создаваемое информационно-коммуникативное пространство, которое основывается на замене привычного восприятия окружающей среды информацией, создаваемой на основе различных технических средств. Данная среда характеризуется анонимностью, интерактивностью, актуальностью, нематериальностью влияния, условностью параметров, эфемерностью и др.

Виртуальная реальность становится одним из главных векторов самоконструирования субъекта. Данное пространство предоставляет возможности для выстраивания коммуникаций и различные инструменты для самоидентификации и самопрезентации на новом качественном уровне. Отсюда вытекают позитивные и негативные последствия активного использования виртуальной реальности для нужд субъекта.

Иллюзорная возможность почувствовать себя творцом, а не творением психологически обуславливает желание у субъекта не просто пользоваться коммуникативной виртуальной реальностью, но и жить в ней. Бесконтрольно погружаясь в виртуальность, субъект формирует свое альтер эго – «временную личность». По мнению И.В.Леушкина, в этот момент возникает необходимость связать эту «временную личность» с окружающей реальностью, где одной из доминант выступает мораль. Без идентификации в социальном пространстве субъект оказывается как в вакууме, теряет свою форму и сущность. Оказавшись в такой ситуации, субъект становится замкнутым в рамках собственной субъективности и не может адекватно оценить свое поведение и определить собственную принадлежность к той или иной общественной сфере, группе или идеологии (проблема самоидентификации). В этом случае наблюдается проявление глубинных деструктивных импульсов [Леушкин 2014].

Особенно плотно оказывается вписан в контекст виртуальной самоидентификации гендер. О.Б. Максимова утверждает, что, существуя вне или до языка, субъект виртуальной коммуникации наделен гендерными значениями. Эти значения можно заметить уже в момент перехода приватной коммуникации в публичную коммуникацию, которая чаще всего наблюдается в блогах публичных деятелей. Однако важно отметить, что сетевой «гипертекст» не может передать все особенности невербальной составляющей живого общения. Именно в этом «коммуникативном зазоре» может конструироваться гендер, а вот каким образом он будет конструироваться, какое влияние окажет общение в Сети на гендерную идентичность вступающего в это общение субъекта, будет в немалой степени зависеть от самого субъекта, выстраивающего свою «траекторию сетевой коммуникации» самостоятельно и без какого бы то ни было принуждения [Максимова 2012: 122].

Как известно, физическая непредставленность в сети Интернет позволяет компенсировать недостающее в реальной жизни сочувствие, поддержку, признание и даже любовь. Важным фактором самоидентификации субъекта в виртуальной реальности становится возможность повысить свою самооценку за счет мнения других. Такими факторами могут являться опубликованные на страничках субъекта в социальных сетях фото, видео, которые, по предположению субъекта, должны создавать его положительный образ в глазах других. Следовательно, субъект стремится за счет положительных высказываний в свой адрес в виртуальной реальности повысить самоуважение и самооценку.

Что касается самопрезентации в виртуальной реальности, то, как правило, все зависит от выбранной стратегии субъектом. Однако важно отметить, что если потребности субъекта реализованы и присутствует чувство удовлетворения реальной жизнью, то виртуальная личность субъекта будет сконструирована иначе, а процесс виртуальной самопрезентации будет иметь характеристики дополнения к реальной. Главными особенностями самопрезентации в виртуальной реальности становятся всеобъемлющая возможность управления впечатлением о себе, возможность создания нескольких виртуальных субличностей, возможность воплощения скрытых потенциалов (самополагание) и возможность контролировать процесс, снимая ответственность за последствия.

И.С. Шевченко в своей работе пишет о том, что динамичность и многообразие самопрезентаций в виртуальной реальности зависит от внешних и внутренних факторов. Внешними факторами в данном случае являются технические особенности построения коммуникации. Внутренними факторами являются индивидуально-личностные особенности коммуникантов: ригидность, стремление к лидерству и агрессивность, тревожность, индивидуализм, аутосимпатия и спонтанность [Шевченко 2017].

Е.Ю. Крылов указывает в своих исследованиях тот факт, что успех виртуальной самопрезентации студентов зависит от таких личностных особенностей, как уверенность в себе, потребность в достижении, сенситивность, установка на самораскрытие в общении [Крылов 2012: 20].

Кроме этого, важно отметить, что в текстовой коммуникации в виртуальной реальности выражение чувств возможно только при помощи специальных символов, например смайликов, физическая непредставленность участников коммуникации в акте коммуникации приводит к тому, что чувства можно не только выражать, но и скрывать, а также выражать чувства, которые в данный момент не испытывают коммуниканты.

Как отмечает Э. Рейд, свободному конструированию подвергаются психологические, гендерные характеристики субъекта виртуальной коммуникации, а также сексуальная ориентация, внешность. «Кибернетические субъекты не отказываются от гендера или других атрибутов, а играют с ними, а переносят желаемые характеристики на своих виртуальных персонажей» [Рейд 2005: 219].

Отсюда следует, что виртуальный мир представляет собой некое игровое поле, где исчезает телесность, статусность, возраст, пол, финансовое положение и пр., что позволяет любому субъекту чувствовать себя равноправным игроком, поскольку здесь возможно сформировать любой образ, приписать те черты, которые субъекту могут быть и не присущи. Иногда данное пространство становится для субъекта местом свободного творчества и воплощения нестандартных идей.

Важно осознавать, что, с одной стороны, Интернет позволяет развивать духовную жизнедеятельность субъекта, но, с другой стороны, мера свободы – это мера человечности в человеке, т.е. способность собственные интересы и замыслы соотносить со свободой других, рассматривать «другого» не как средство, а как цель саму по себе. Именно поэтому так важно, чтобы каждый отчетливо представлял ту меру свободы, которая не несет в себе заряд разрушения, зла и несправедливости [Южанинова 2013: 217].

Несмотря на множество вызовов перед субъектом, не стоит забывать и про положительные стороны виртуальной реальности. Искусственно созданный мир становится зоной наиболее комфортного общения, откровенности, искренности, что может свидетельствовать о высоком самоидентификационном потенциале этой формы коммуникации. Появляются совершенно новые инструменты передачи и презентации информации.

Кроме этого, в данном пространстве существует большой потенциал для творчества. Распространение Интернета и рост числа его пользователей в мире дали существенный толчок развитию сетевого творчества. В настоящее время в сетевом творчестве можно выделить ряд направлений творческой деятельности, которые нередко пересекаются между собой (блогерство, подкастинг и др.). Данные виды творчества способствуют развитию нестандартного вида мышления.

Развитие средств виртуальной реальности способствует созданию новых образовательных программ. Образование становится доступным для каждого. Кроме этого, появляющиеся инструменты позволяют повысить эффективность практических занятий.

Оказавшись в данной среде, субъект вынужден оперативно реагировать на все происходящие изменения. Формирование таких качеств приводит к развитию быстроты реакции, оперативному освоению различных программ, активному участию в различных мероприятиях (иногда одновременно).

Таким образом, виртуальная реальность предоставляет безграничную, но иллюзорную свободу, превращая любого субъекта в архитектора. Виртуальная личность субъекта обретает возможность по-новому ощущать и переживать свое бытие, быть свободным в процессе самоидентификации. Однако целевая установка процесса конструирования идентичности отсутствует, субъект руководствуется только желанием и не стремится более к определенной, раз и навсегда данной идентичности. Необходимость постоянного балансирования между двумя реальностями, объективной физической и информационной виртуальной, а также между двумя типами времени, реального и времени онлайн, таит в себе угрозы как физической, так и ментальной дезориентации человека, трансформируя его субъективность.

Несмотря на вышеприведенные факты, субъект также получает положительный эффект от использования средств виртуальной реальности как пространства для реализации собственных целей и самоконструирования: в коммуникации, творчестве, эмоциональной поддержке, самообразовании и многом другом.

**Литература**

*Болтенков Н.В.* К проблеме определения понятия «виртуальная реальность» // Общество: философия, история, культура. 2018. № 11 (55). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-opredeleniya-ponyatiya-virtualnaya-realnost (дата обращения: 21.10.2021).

*Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура   / пер. с англ. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

*Крылов Е.Ю.* Формирование тактик целенаправленной самопрезентации у студентов в виртуальной среде: Автореф. дис. … на канд. псих. наук. СПб, 2012. 22 с.

*Кузнецова Е.И.* Социальный конструктивизм как философский принцип исследования техногенных символических реальностей // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2018. № 1. С. 42-45.

*Леушкин Р.В.* Самоидентификация в виртуальном социальном пространстве // Дискурсы этики. Альманах. СПб: Издательство Русской Христианской гуманитарной академии, 2014. Т. 6. С. 59-70.

*Максимова О.Б.* Гендерные аспекты блоггерской политической коммуникации // Вестник РУДН. Серия: Политология. 2012. № 2. С. 120-135.

*Рейд Э.* Идентичность и кибернетическое тело // Массовая культура: современные западные исследования. М.: МИР, 2005. С. 177-220.

*Рузавин Г.И.* Виртуальность // Новая философская энциклопедия / Ин-т философии РАН; Нац. обществ.-науч. фонд; предс. научно-ред. совета В.С.          Стёпин. 2-е изд., испр. и доп. М.: Мысль, 2010. 721 с.

*Шевченко И.С.* Факторы динамичности самопрезентаций в Интернет-общении. URL: <https://cyberpsy.ru/articles/dynamic_self-presentation/> (дата обращения 17.12.2020).

*Южанинова Е.Р.* Реализация ценности свободы в пространстве Интернета // Историческая и социально-образовательная мысль. 2013. № 4 (20). С. 214-218.

**Natalya A. Tarasova**

**SELF-CONSTRUCTION FEATURS OF SUBJECTS IN THE WORLD OF VIRTUAL REALITY**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*The article describes the main transformations of a subject of virtual reality in the context of self-construction. The artificially created world becomes a symbolic field for the practice of self-presentation, a stage for playing with identity, an experimental field of self-knowledge and self-determination.*

***Keywords.*** *Virtuality, virtual personality, virtual communication, self-presentation, self-identification, self-determination, self-construction, Internet.*

**УДК 82**

**Анастасия Ивановна Тиунчик**

**СТРАТЕГИИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБРАЗА**

***IT*-СПЕЦИАЛИСТА В БЕЛОРУССКИХ СМИ**

***Гродненский государственный университет***

***имени Янки Купалы, Республика Беларусь***

*Определены особенности конструирования образа специалиста IT-сферы в белорусских СМИ. Выделены стратегии обращения к предыдущему опыту, сопоставления, обучения и передачи опыта, презентации проектных решений, охарактеризованы средства языковой выразительности, используемые для достижения целей.*

***Ключевые слова.*** *Медиаобраз, стратегии создания образа, СМИ, интервью, IT-специалист.*

Безусловным лидером в формировании представлений о происходящем в стране и мире являются СМИ. Поставляя информацию, они участвуют в формировании медиаобразов – впечатлений, составленных всей совокупностью упоминаний об объекте в медиапространстве. В век информации всё больше внимания со стороны медиа уделяется специалистам в сфере инновационных технологий. Профессия *IT*-специалиста является востребованной, популярной в современном обществе, ассоциируемая с ней идея успешности и благополучия транслируется через различные медиа и воздействует на современную молодежь.

Цель данной статьи – выявить стратегии формирования образа *IT*-специалиста и определить особенности применения языковых ресурсов для их реализации в белорусских СМИ. Актуальность изучения особенностей конструирования образа в современных СМИ обусловлена возрастающим интересом исследователей к проблемам медиавоздействия, а также недостаточной изученностью факторов, влияющих на создание и распространение медиаинтерпретаций.

Анализ публикаций позволил определить следующие стратегии представления образа *IT*-специалиста в имиджевых интервью и выделить наиболее яркие стилистические приемы, используемые для достижения целей.

Стратегия обращения к предыдущему опыту предполагает апелляцию в интервью к событиям прошлого, включение рассуждений о совершённых ошибках, упущениях, анализ пройденного пути. Для этого *IT*-специалисты в своей речи используют прием метафоризации, парцелляцию, цитирование.

Стратегия сопоставления базируется на подчеркивании различий в среде обитания, условиях жизни, возможностях для развития и многом другом. Для наибольшей экспрессии используются антитеза, сравнения, перифраз, подтверждение своих слов цитатами.

Стратегия обучения и передачи опыта связана со стремлением героев интервью открыто делиться советами, рекомендациями, давать напутствия тем, кто хочет связать свою жизнь с инновационными технологиями. Использование жанра рекомендации, включение в текст профессиональной лексики, аббревиатур, фразеологизмов и пословиц делает речь героев информативно насыщенной, требующей внимания, ориентированной на интеллектуально подготовленного читателя.

Стратегия презентации проектных решений предполагает акцентирование внимания на продуктах, созданных специалистами, пояснение идей, целей создания, сути проектов. Для этого используются хаизмы, пояснения, метафоры.

Таким образом, используемые в интервью средства выразительности позволяют реализовать задачи, связанные как с формированием персонального имиджа специалиста сферы информационных технологий, так и с достижением рекламных и PR-целей при продвижении IT-продукта. Предлагаемая в СМИ информация оформляется с учетом требований доступности для восприятия современной молодёжью и людьми, которые профессионально не связаны с IT-сферой.

**Anastasia I. Tiunchik**

**STRATEGIES FOR PRESENTING THE IMAGE**

**OF AN IT SPECIALIST IN THE BELARUSIAN MEDIA**

***Yanka Kupala Grodno State University, Republic of Belarus***

*The features of constructing the image of an IT specialist in the Belarusian media are determined. The strategies of reference to previous experience, comparison, learning and transfer of experience, presentation of project solutions are highlighted, and the means of linguistic expressiveness used to achieve goals are characterized.*

***Keywords.*** *Media image, image creation strategies, mass media, interview, IT specialist.*

**УДК 008**

**Антон Николаевич Фортунатов**

**СЕТЕВОЙ СУБЪЕКТ КАК ОТСУТСТВУЮЩАЯ ФИГУРА**

**КОММУНИКАТИВНОЙ РЕАЛЬНОСТИ**

***Нижегородский государственный университет***

***имени Н.И. Лобачевского***

*Ставится вопрос о различии реального и виртуального субъектов, о том, что логика их поведения диктует различия в этике и ценностях. Проблема виртуального субъекта становится вызовом для традиционной социальной реальности, к которому последняя пока не готова.*

***Ключевые слова.*** *Виртуальность, субъект, этика, сетевая коммуникация.*

Спекулятивная тема субъектности в современном философском дискурсе, то вспыхивая, то угасая, становится своеобразной «черной дырой», вполне сопоставимой с астрономическим феноменом, безвозвратно втягивающим в себя мысли, чувства, надежды, инерцию, социальность, словом, все, что так или иначе касается динамики общественной жизни. Вполне резонно говорить о том, что даже само отношение к феномену субъектности сегодня, как в зеркале, фиксирует то, чего не существует в реальности, но что вполне комфортно чувствует себя во фрактальных репликациях, продолжая показывать то, чего «нет на самом деле». Так, например, Жижек называет Хайдеггера философом «подлинного Присутствия» [Жижек 2014: 33], несмотря на деконструктивистские попытки его «прогрессистского» освоения, которые, собственно, и характеризуют собой ускользающее субъектное Нечто, явно представленное в интерпретационных осколках. Если продолжать жижековскую логику, то «тоталитарность» псевдореального субъекта очень органично перетекает в демократизм его ускользающих коммуникативных отражений (собственно, ставящих под сомнение незыблемость самой коммуникации), и компромиссной фигурой здесь начинает выступать «ускользающий» субъект, как его называет О.Р. Чепьюк, ситуативно подстраивающийся под коммуникативные императивы, под требования социума и экономики, однако сохраняя при этом в себе традицию нонконформизма и избегания прямых ответов на безапелляционные (тоталитарные) вопросы. «…Возникает новый образ человека и новый формат гуманизма – мерцающий, ускользающий человек, отчужденный от экономической коммуникации, формирующий свой субъектный статус за пределами экономических псевдоценностей» [Чепьюк: 2021: 9]. Другими словами, отражение (в том числе и коммуникативное) становится субъектопорождающим процессом, который компромиссно предлагает субъекту быть тем, чего от него хотят другие.

В этих метафизических метаморфозах растворяется одна важная социальная дилемма, служащая поводом для множества ошибочных и даже бессмысленных интеракций, вплоть до государственных решений, законов и общественных инициатив. Сетевой, виртуальный, «отраженный» субъект воспринимается как альтер эго, как «автоматическая» копия субъекта социального, как его «естественное» продолжение в сетевом интернет-пространстве. В этом контексте новая коммуникативная этика, складывающаяся на наших глазах, воспринимается лишь как девиация на фоне уже существующей этики, а эпатажное, контрсоциальное поведение виртуального субъекта – как «неизбежная» плата за низкий когнитивный (с реально-социальной точки зрения) уровень молодого поколения, для которого навыки владения гаджетами заменили собой любые нравственные или интеллектуальные усилия.

В данной точке зрения просматривается известная инерция социального мышления (ее в свое время хорошо подметил Бодрийяр), в котором эмпирическое «единство» субъекта обеспечивается житейской логикой, идущей еще от декартовского *ergo sum*. Принцип «единства мышления», аксиоматически существующий в обыденной практике, не подразумевает возможности наличия параллельных этик, сепаратных смыслов, пусть якобы и восходящих к единому субъекту. В результате «традиционное социальное» все более грозно и настойчиво пытается указать «виртуальному контрсоциальному» его (подчиненное) место, и эсхатологическое ощущение нарастающего социального хаоса лишь усиливает эти (почти что бесплодные, во всяком случае, малоэффективные) попытки.

Мы становимся свидетелями своеобразной «войны миров», в которой с одной стороны выступают ценности и традиции, а с другой – коммуникация и инструменты управления сознанием. Так, к примеру, возникают многочисленные законодательные инициативы, призванные положить конец насилию и жестокости, цинизму и порнографии в сетевом пространстве. В           ответ из виртуального мира материализуются «образцы поведения», вернее, мышления, которые, несмотря ни на какие социальные императивы, быстро захватывают сознание миллиардов людей. В марте 2021 года известная телеведущая Ксения Собчак сделала интервью на канале *YouTube.com* с сексуальным маньяком, и этот (социальный) скандал вызвал лавинообразный интерес к этому двусмысленному зрелищу (<https://www.youtube.com/watch?v=DDFCtXuRt00>; по состоянию на 31 марта 2021 года – 5,6 миллионов просмотров). «Традиционная социальность» в лице опытных журналистов и деятелей культуры интерпретирует этот факт как результат низкой культуры массовой аудитории, ее склонность к скандальным зрелищам (как это было на протяжении веков в человеческой истории). Однако то обстоятельство, что данный материал был сделан по всем правилам сетевого пиара, что он специально был ориентирован на скандал, говорит о параллельной этике, в которой, в полном соответствии с известной формулой из «Бесов» Достоевского, «Бога нет» и «все дозволено».

При этом сетевой субъект часто активно подчеркивает свой эмансипированный статус по отношению к социальному прототипу: аватарки, никнеймы, да и просто модели поведения в аккаунтах порой не имеют ничего общего с реальными людьми, а активными коммуникаторами в этой среде могут выступать самые неожиданные персонажи – от котов до архитектурных объектов.

Традиция воспринимать вымышленные субъекты в качестве реальных опирается как минимум на два фундаментальных принципа, характеризующих мышление современного индивида. Первый – это социологическая «теорема Томаса», подразумевающая, что вымышленное событие, воспринимаемое людьми как реально произошедшее, по своим социальным последствиям ничем не отличается от тех, что были в реальной жизни. Это означает, что любая девиация, воспринимаемая пользователями Интернета как факт коммуникативной реальности, постепенно превращается в элемент социального опыта и начинает влиять в том числе и на реальное поведение обыкновенных людей. В этом смысле многочисленные «звезды» сетевых ресурсов типа *YouTube* или *TikTok* вполне «законно» начинают претендовать на место среди респектабельных артистов и представителей шоу-бизнеса, добившихся успеха в аналоговых медиа или в реальных аудиториях.

Второй принцип – это неверифицируемость когнитивных достижений. С момента аннигиляции телесности с помощью телевидения, а затем, в полном объеме, с внедрением компьютеров в социальную повседневность человек утратил способность самостоятельно определить причинно-следственные связи между условиями и результатами, между событиями и их интерпретациями. Сложность и скорость вычислений, а также лавинообразный поток информации не оставляют индивиду шансов разобраться во всем самому. Возникает устойчивый когнитивный (переходящий в этический) алгоритм мышления и поведения: то, что выдается вычислительными системами (следовательно, и сетевой средой), является истиной, не требующей дополнительных доказательств. Не случайно «словом года», по версии журнала *Time*, в 2017 году стало *fake news*: лживые новости, призванные не осветить реальность, а манипулировать сознанием массовой аудитории.

Добавим к этому еще и технологическую экспансию новых медиа в социальную среду. Современные компьютерные программы, ставшие абсолютно доступными благодаря новым технологиям, позволяют, в частности, менять зримую артикуляцию человека, снятого на видео, таким образом, что данный псевдосубъект может произносить любые слова, которые вкладываются в него компьютерным пользователем.

Таким образом, некогда незыблемые, не вызывавшие ни малейших сомнений «отражения реальности» начинают дискредитировать саму эту реальность, делая ее смешной, фейковой, не заслуживающей доверия. «Игровой характер» этой новой реальности, если воспринимать его в традициях Хейзинги, не учитывает того, что сам виртуальный субъект вовсе и не трактует свое поведение в качестве игрового, а словно навязывает «правила игры» реальному человеку, оставаясь в стороне и наблюдая его. Вообще, проблема рефлексии виртуального субъекта есть одна из неисследованных, но весьма перспективных областей современного коммуникативного знания, позволяющего определить фундаментальные принципы расхождения социального и виртуального миров.

**Литература**

*Жижек С.* Щекотливый субъект: отсутствующий центр политической онтологии / пер. с англ. С. Щукиной. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2014. 528 с.

*Чепьюк О.Р.* Экономическая бессубъектность как фактор дегуманизации социальных отношений: Автореф. дис. … д-ра филос. наук. Н. Новгород, 2021. 45 с.

**Anton N. Fortunatov**

**THE NETWORK SUBJECT AS A DISAPPEARED FIGURE**

**IN COMMUNICATIVE REALITY**

***National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod***

*The article raises the question of the difference between real and virtual subjects, that the logic of their behavior dictates differences in ethics and values. The problem of the virtual subject becomes a challenge for traditional social reality, for which it is not yet ready.*

***Keywords.*** *Virtuality, subject, ethics, network communication.*

**Раздел 3**

**РОЛЬ ПЕДАГОГА В  МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ**

**УДК 316.74**

**Наталья Петровна Астрамецкая**

**ИНТЕГРАЦИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**И ГУМАНИСТИЧЕСКИХ ОСНОВ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО**

**ОБРАЗОВАНИЯ**

***Минский городской учебно-методический центр профессионального образования, Республика Беларусь***

*В статье рассмотрены проблемные вопросы развития современного образования. Обосновано, что сочетание в педагогической практике технологичности и основных критериев гуманизма способствует гармонизации образовательной среды и повышению эффективности информационных цифровых технологий в процессе формирования современной школы.*

***Ключевые слова.*** *Современная образовательная среда, образовательные технологии, концепция гуманизации образования, методы и формы «гуманной педагогики», цифровизация и духовность.*

*Для воспитания и нынешних, и будущих поколений*

*давно существует куда более совершенная педагогика,*

*она живёт в классическом педагогическом наследии,*

*и имя ей – гуманная педагогика*

Ш.А. Амонашвили

На современном этапе развития человечества прогресс системы образования определяют информационные технологии, ставшие мощным катализатором её развития. Однако без воплощения гуманистических идей они не в состоянии сделать образовательный процесс по-настоящему гармоничным и эффективным. В XXI веке информатизация полностью завладела всеми областями человеческого существования и перевернула наши представления о способах и видах коммуникаций. Новая техника решила проблему времени и расстояния, предоставив людям невероятные возможности познавать мир. Информационная революция стала важнейшим вызовом современности, и человечество смело приняло этот вызов. Внедрение новейших технологий в сферу образования, конвергенция цифровых вариаций, расширяющиеся потоки информации и возможность стремительной обработки данных обусловили интерес молодого поколения к получению новых знаний.

Современные учреждения образования всех уровней активно внедряют в педагогическую практику обширную систему разнообразных информационных форм обучения (и открытой, и дистанционной): модульные технологии, интерактивный инструментарий, сетевые и электронные средства. Но при этом «главным условием формирования самостоятельной личности является создание гуманистической образовательной системы» [Сенько 2011], гармонично вписывающейся в информационно-коммуникационную среду. Безусловно, гуманистический подход не отрицает ведущую роль науки, техники и технологии в развитии человечества. Однако в рамках новой образовательной парадигмы информационные технологии приобретают иные функции, смысл которых в том, чтобы стать средством формирования общечеловеческих ценностей. Гуманизация образования предполагает единство интеллектуального, духовно-нравственного, общекультурного и профессионального развития личности. В современной школе этот педагогический принцип требует пересмотра общей технологии образования, которая должна быть направлена на определение новых целей обучения и усовершенствование содержания учебного процесса. Применительно к системе профессионального образования наиболее актуальными технологиями являются такие, которые направлены на оптимизацию процесса обучения, заключающуюся в первую очередь в эффективной организации самостоятельной деятельности обучающихся.

Время высоких технологий в современном образовании немыслимо без духовной составляющей, которую не может дать человеку ни один цифровой ресурс. Это предполагает использование в педагогике методик, «апеллирующих не только к развитию интеллектуально-мыслительных способностей, но и к эмоциональному миру ученика» [Гавриловец 2006: 57]. Оптимальное сочетание в педагогической деятельности гуманистических критериев с цифровым инструментарием должно быть направлено на создание проблемных ситуаций, в которых ребёнок будет учиться делать ценностный выбор, определять логику дискуссии, вести конструктивный диалог – всё то, что способно обеспечить «условия для рефлексии внутренних состояний личности» [Кабуш, Трацевская 2011]. Современная педагогика уже имеет достаточный опыт использования методов, основу которых составляют гуманный подход к личности и рациональное применение обучающих цифровых средств. Например, такие методы, как решение реальных жизненных проблем или оценочных практических задач с использованием тренажёров, тестов, алгоритмов; метод персонификации в совокупности с интерактивными приёмами; метод учебных проектов (предметных исследований), направленный на приобретение обучающимися устойчивых привычек нравственного поведения. Кроме того, образовательная практика показывает, что идеи гуманизации в современной школе наиболее эффективно внедряются посредством игровых, ситуативных, театрализованных форм, требующих от участников учебного процесса демонстрации не только интеллектуального багажа, но и проявления творческого потенциала. Это могут быть, например, уроки-концерты, уроки-лабиринты, тематические реалити-шоу, уроки-аукционы, спектакли, уроки-имитации (воспроизведение элементов народных праздников, демонстрация крещенских гаданий и т.п.), уроки-экскурсии (в том числе виртуальные), уроки-викторины, интеллектуальные ринги с использованием информационно-коммуникационных технологий.

Гармоничное сочетание в образовании гуманистических идей и информационно-коммуникационных инструментов способно сформировать уникальную педагогическую технологию, представляющую собой систему методов, способов и вариантов решения образовательных задач. Концепцию такой педагогической практики определяют идеи гуманности, заложенные в самой природе человека [Амонашвили 2001: 12]. Такие идеи могут проявиться в личности при условии грамотного использования разнообразных образовательных ресурсов – и цифровых, и духовных. Ведь если учебную информацию способны предоставить современные информационные средства, то реализация гуманных педагогических технологий невозможна без участия педагога. Именно их тесная интеграция способна подтолкнуть обучающегося к самосовершенствованию и развить потребности человека не только в получении новых знаний, но и в приобретении принципиальной позиции по отношению к морально-нравственным категориям. «Одним из условий гуманной педагогики в формировании личности является воспитание гуманистических отношений» [Башаркина 2010]. Поэтому важнейшая идея гуманистической педагогики заключается в том, что личность должна достичь уровня самопознания и научиться понимать законы окружающего мира, не лишаясь при этом свободного выбора в соответствии с собственным мировоззрением. Существенно меняется роль преподавателя в новой парадигме образования: он приобретает статус организатора, помощника и консультанта в познавательной деятельности учащегося. Эта роль предполагает освоение новых компетенций и требует более высокого уровня профессионализма, до достижения которого педагог может столкнуться с определёнными трудностями при внедрении гуманистической образовательной технологии:

* отказ от привычной авторитарности и ведущей роли, умение работать на равных;
* создание и реализация новых структурных форм урока;
* овладение разноуровневым дидактическим материалом;
* целесообразное использование электронных образовательных ресурсов;
* освоение технологий нового поколения, повышающих уровень педагогического мастерства;
* грамотная организация процесса обучения на всех уровнях.

Таким образом, в центре внимания современного образования – формирование гуманистической педагогики, сущность которой составляют два взаимообусловленных критерия: принципы гуманности и цифровое обучение. Такая педагогика нацелена на признание важности каждой личности, формируя которую она указывает ей пути к творчеству и свободному выбору.

**Литература**

*Амонашвили Ш.А.* Размышления о гуманной педагогике. М.: Издательский дом Ш. Амоношвили, 2001. 463с.

*Башаркина Е.А.* Гуманистическое воспитание подростков: Монография. Могилев: МГУ им. А.А. Кулешова, 2010. 200 с.

*Гавриловец К.В.* Духовность человека: педагогика развития. Минск: Тесей, 2006. 398 с.

*Кабуш В.Т.,* *А.В. Трацевская.* Гуманизация воспитательного процесса в современной школе. Минск: АПО, 2011. 236 с.

*Сенько В.Г.* Гуманная педагогика семьи. Минск: АПО, 2011. 154 с.

**Natalia P. Astrametskaya**

**INTEGRATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES AND HUMANISTIC FOUNDATIONS IN THE SYSTEM OF MODERN EDUCATION**

***Minsk City Educational and Methodological Center***

***of Vocational Education, Republic of Belarus***

*The article discusses the problematic issues of the development of modern education. It is proved that the combination of technology in pedagogical practice and the main criteria of humanism contribute to the harmonization of the educational environment and increase the effectiveness of information digital technologies in the process of forming a modern school.*

***Keywords.*** *Modern educational environment, educational technologies, the concept of humanization of education, methods and forms of “humane pedagogy”, digitalization and spirituality.*

**УДК 37.013**

**Татьяна Ивановна Бессонова**

**ПРОЕКТНОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК НОВАЯ ДИДАКТИЧЕСКАЯ**

**СТРАТЕГИЯ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ**

***Севастопольский государственный университет***

*В статье приведены результаты анализа научных источников, дающих понимание содержания проектного обучения и личностной готовности преподавателя высшей школы, имеющего сформированную инновационную проектную культуру. Расширены представления о психологическом механизме инновационных видов деятельности как новой дидактической стратегии, формирующей осмысленную жизнестойкую систему компетенций преподавателя. Исследовано отношение к учебной проектной деятельности и рефлексия преподавателя как решение задач компетентностного подхода.*

***Ключевые слова.*** *Проектное обучение, инновационная проектная культура преподавателя, проектная деятельность, проектное мышление, проектная компетентность, личностная готовность к проектной деятельности, учебный проект студентов.*

Новая роль преподавателя в современном меняющемся мире может быть значимой только тогда, когда он будет формировать уверенное профессиональное поведение своих студентов, обеспечивая их знаниями, умениями, навыками, компетенциями и актуальными альтернативными профессиональными практиками.

Любая активность человека или социальных групп, которая основывается на последовательном планировании своих действий с предвидением определённых желаемых результатов, может в той или иной мере считаться проектированием. Социальное проектирование помогает изменить сложившуюся ситуацию в социуме. Учебное проектирование изменяет представление студентов об окружающей действительности и формирует готовность к инновациям. Оно включает в себя ряд последовательных действий личности на каждом этапе проектирования: осознание перспективной цели деятельности, принятие актуальной проектной задачи и выделение её личностной значимости, концентрация усилий на выполнение этой задачи, самоорганизация в распределении своего времени и планировании действий, самоконтроль, умение оценивать собственные решения путём индивидуальной или коллективной рефлексии. Методология проектной деятельности формирует проектное мышление на этапах жизненного цикла проекта.

Проектное обучение – это инновационная технология учебного процесса высшей школы, это и новая дидактическая стратегия. Она представляет собой движение в целом всей системы образования к передовым формам и методам обучения, создавая активную учебную реальность, творческое проектное мышление, демократические формы взаимодействия преподавателей и студентов, полезные компетенции. Среди многочисленных проблем внедрения данного новшества значимой и актуальной остаётся готовность преподавателя высшей школы к организации проектного обучения.

Проблема проектной деятельности преподавателя представляет большой профессиональный интерес, так как позволяет определить психологические особенности самой личности инноватора и его деятельности. Много ли преподавателей университетов сегодня разрабатывают проекты, которые являются не самоцелью, а основой развития и расширения области любимого дела? На практике – единицы. В основном в пределах государственного партнёрства. В России на уровне конкретных исполнителей, сотрудников образовательных организаций не сложилось общественной традиции проектного мышления при решении возникающих проблем. Между тем на государственном уровне, в том числе и в требованиях к системе образования, все большую актуальность приобретает необходимость развития учебных технологий проектирования и грантовой деятельности.

Проектный подход делает окружающий мир результатом наших усилий, а не навязанными со стороны жизненными обстоятельствами. Современный человек всё больше говорит языком проектирования, независимо от того, использует он слово «проект» или нет. В рамках новых ФГОС для преподавателя высшей школы поставлены следующие задачи: педагог призван мотивировать обучающихся к изучению нового; создавать базис для реализации творческого потенциала; развивать духовные качества и умственные способности личности; заниматься выявлением и профилактикой асоциального поведения; приобщать студентов к признанным общечеловеческим и общекультурным ценностям; культивировать условия для самоопределения во всех сферах, начиная с социальной и заканчивая профессиональной (см. ФГОС ВО бакалавриата и магистратуры за 2014–2017). Постановлением от 26 декабря 2017 года №1642 была утверждена государственная программа «Развитие образования», которая перевела систему высшего образования на проектное управление с 2018 года. В рамках госпрограммы успешно реализуются приоритетные проекты: «Вузы как центры пространства создания инноваций», «Современная цифровая образовательная среда Российской Федерации», «Развитие экспортного потенциала российской системы образования», «Создание современной образовательной среды для школьников», «Доступное дополнительное образование для детей».

Для преподавателей и студентов существует сложность понимания сущности проектного обучения. В целом теоретические положения единства когнитивных и социально-коммуникативных аспектов организации обучения, что особо значимо в данной форме обучения, выстроено на логике общетеоретических представлений о процессе усвоения знаний как условии развития психики (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, А.В. Запорожец) и концепции формирования умственных действий П.Я. Гальперина.

Методологическую основу проектного обучения составляют в данном ракурсе принципы активности личности как субъекта жизнедеятельности (К.А.   Абульханов-Славская, С.Л. Рубинштейн). Существенную роль этих процессов для инновационного обучения в методическом плане актуализировала выдающийся психолог В.Я. Ляудис, выделив процедуры, обеспечивающие единство интеро- и экстериоризации, то есть рассматривающие учебную деятельность как присвоениt социального опыта и как становление личностного развития обучающегося. «Преподаватели по-прежнему преимущественно работают в понятийно-знаниевой парадигме, а студенты имеют слабую учебную мотивацию. Чаще всего в планах занятий в вузе преобладают задачи, распределяющие психологическую нагрузку преимущественно на восприятие и память (это процессы запоминания и воспроизведения), на простейшие мыслительные действия (классификация, обобщение, упорядочение и т.д.), которые выполняются по образцу» [Ляудис 2000: 34]. Безусловно, «представления о полиморфности когнитивной деятельности, о принципиальной гетерогенности мышления обязывают искать новые виды познавательной деятельности для планирования и решения проблем практического действия, требующих быстрого изменения социальной действительности» [Ляудис 2000: 56]. Проектное обучение – это новая стратегия продуктивного творческого социального обучения. Она требует освоения системы многообразных когнитивных способов решения задач в учебном курсе. «Поэтому алгоритмы, эвристики и сценарии коллективного решения проблем должны рассматриваться не как универсальное средство, а как конкретные способы, которые могут реализоваться в целях управления обучением лишь в системе, с учётом наиболее адекватной сферы применения каждого из них» » [Инновационное обучение и наука 1992: 47].

Рассматривая достаточно сложные вопросы внедрения проектного обучения, необходимо использовать методы системномыследеятельностной методологии, разработанной и сформулированной методологической группой под руководством Г.П. Щедровицкого. С точки зрения этого подхода при «анализе проектирования как такового, необходимо различать особый тип мыследеятельности проектный, в отличие от других типов мыследеятельности: программирования, конструирования, исследования, изысканий, планирования и тому подобных» [Щедровицкий 2005: 123]. С другой стороны, поскольку всякая «мыследеятельность содержит мышление, мыслекоммуникацию, мыследействование, а также связывающие их процессы рефлексии и понимания» [Щедровицкий 2005: 76], то в дальнейшем нашем анализе необходимо различить и более конкретно исследовать проектное мышление и его специфические проектные операции, проектное мыследействование, проектную коммуникацию, проектную рефлексию. Это также объясняет и то, что большая часть проблем, стоящих перед освоением проектного обучения, относится именно к этому виду деятельности. Безусловно, проектное обучение должно иметь дело прежде всего со сложными видами мыслительной деятельности, что определено в новых компетенциях ФГОС, включающих задачи с открытой структурой и требующих для своего решения интуиции, инсайта, родового распознавания, использования парадигм, учёта ситуации, практики, то есть новой культуры мыслительной деятельности, которая представлена в критериях проектно-грантовой деятельности как основополагающая [Громыко 1998: 57].

Ученые-психологи В.И. Антонюк, В.Г. Войцеховский, Н.А. Ильина, Л.А. Коростылева, Н.А. Подымов, В.Д. Шадриков и др. в рамках психолого-педагогической инноватики обратились к разработке комплексного обеспечения нововведений: выделили феномен психологического барьера к инновациям в аспектах проектного обучения; раскрыли возможности формирования позитивных установок к нему, то есть инновационных установок; выстроили базовые принципы проектно-грантовой культуры: принцип «проживания», принцип саморазвития, принцип социальной ответственности, принцип социальной компетентности, принцип непрерывного образования широких слоев населения, принцип согласования целей и баланс интересов субъектов социального проектирования, принцип открытости будущему, принцип автономности сообщества [Шадриков 1996: 132-134]. Категория «проектное обучение» ещё осмысливается в научном сообществе, но уже может рассматриваться нами через общее видовое понятие «профессиональная компетентность педагога» и понятие «инновационная деятельность». Первому понятию дается следующее определение: «Понятие профессиональной компетентности педагога выражает единство его теоретической и практической готовности к осуществлению педагогической деятельности и характеризует его профессионализм» [Сластенин 2008: 30]. Инновационные технологии, включающие проектный метод, требуют обязательного формирования инновационной проектной культуры преподавателя.

Нами обобщены многочисленные источники и представлена следующая структура проектной культуры преподавателя высшей школы (см. табл. 1).

*Таблица 1*

**Составляющие проектной культуры преподавателя**

| ***№***  ***п/п*** | ***Составляющие проектной культуры*** | ***Критерии и показатели сформированности проектной культуры*** |
| --- | --- | --- |
| 1. | Когнитивная | Представления о проектно-технологической деятельности в целом:   1. Знание особенностей проектной технологии и её пре­имуществ. 2. Определение собственной позиции относительно инно­вационного преобразования образовательной среды. 3. Интеграция социального и творческого мышления.   Стремление к самосовершенст­вованию личностно-профессиональной позиции:   1. Потребность в инновационном совершенствовании высшей школы. 2. Умение организовать инновационную деятельность. |
| 2. | Эмоционально-ценностная | Соблюдение норм профессиональной этики:   1. Ориентация на общечеловеческие ценности. 2. Тактичность и толерантность во всех видах социального взаимодействия.   Способность к рефлексии:   1. Понимание социальной детерминированности в про­цес­се проектно-технологической деятельности. 2. Анализ и самоанализ собственной деятельности и пове­дения. |
| 3. | Процессуальная | Практическая готовность к осуществлению проектно-тех­нологической деятельности:   1. Владение алгоритмом проектной деятель­но­сти. 2. Творческое использование продуктивных методов и приёмов проектной деятельности. |

Опыт собственного участия и ряда моих коллег послужил опорой для данного исследования, не одномоментного, а развёрнутого во времени, со своими основными эмпирически выделенными этапами личностного развития. 2020–2021 учебный год стал годом введения проектного обучения в вузе на магистерских специальностях, но опыт данного направления работы на кафедре «Психология» существует с 2006 года.

Психология личности преподавателя, автора интересного проекта, сегодня легко диагностируется: преподаватель является активной и профессионально авторитетной личностью вуза; преподаватель инициативен, сознателен, рефлексивен, креативен, хороший коммуникатор с критическим мышлением, наблюдательностью и любознательностью, технологически грамотен. Однако свободолюбив, порой дерзок и самобытен, т.е. имеет ярко выраженную способность к моделированию своего образа мира, личного мироощущения и самого себя в этом мире. Воплощение собственных идей в реальность, раскрытие потенциальных возможностей является основой саморазвития такой личности. Анализ анкетирования преподавателей Гуманитарно-педагогического института (СГУ) (участвовали 33 человека, 2020 г.) показал в целом положительное отношение к проектному обучению как образовательному новшеству (87%). Многие из них отмечали, что стандарты открывают новые возможности обучения. 12% преподавателей выразили противоречивое отношение, в котором согласие с новшествами идёт рядом с осторожностью, связанной с дополнительными затратами времени и большим количеством документации. При введении проектного обучения большинство преподавателей выделили следующие трудности: отсутствие методической базы (нет конкретных документов, методик, программ; отсутствует литература; нечеткая постановка целей и задач); нежелание менять отработанные годами способы деятельности; консерватизм мышления; отсутствие опыта работы с инновационными технологиями. Анализ самооценки потенциальных возможностей своего участия в инновационном процессе показал, что преподаватели в целом положительно оценивают свои возможности, выделяя такие личностные качества, как доверие (75%), готовность к инновациям (72%), профессионализм (99%), креативность (60%), ответственность, добросовестность (81%). У 6% преподавателей выявлен низкий уровень рефлексии, что характеризует кризис идентичности, который связан с такими личностными особенностями, как замкнутость, тревожность, неуверенность в себе, импульсивность действий и поступков, необдуманность решений, частая смена целей, интересов, желание быстрого результата, необходимость внешнего контроля.

Нами была разработана и предложена руководству института и сегодня реализуется программа проектной компетентности, включающая интерактивные лекции и семинары, практикумы, круглые столы, мастер-классы, презентации авторских проектов, решение педагогических ситуаций, ролевые игры, тренинги наставников, модераторов, фасилитаторов. Данная программа представлена следующими этапами. Первый этап – информационно-просветительский – развитие мотивации саморазвития и введение в психолого-педагогическую практику обучения. Второй этап – освоение технологии инновационной проектной деятельности. Преподаватели знакомятся с методикой составления учебного проекта, его этапами, участвуют в создании проекта (как учебного, так и общеуниверситетского), диагностируют особенности личностного роста. Третий этап – практическая работа на стажировочной площадке своего учебного курса вместе с коллегой, опытным наставником.

Таким образом, среди множества нововведений в системе образования можно выделить одно, которое наиболее существенно влияет на образовательную деятельность. Речь идет об учебной проектной деятельности. Отметим общие свойства: конкретность, точность, структурированность, ответственность, практическая значимость, открытость, публичность. В целом среди инновационных технологий метод проектной деятельности как способ достижения цели развития интуитивного сознания и познавательно-социальной активности преподавателя гуманитарного вуза недостаточно исследован и обоснован для практики. Но имеет для образовательного учреждения неоспоримые достоинства. Во-первых, выполнение учебного проекта может служить одной из форм фиксирования итогов обучения и воспитания в образовательной программе; во-вторых, проект является механизмом естественной интеграции образования и социальной практики региона; в-третьих, управление образовательным учреждением с ориентацией на развитие проектной деятельности позволяет увидеть менеджменту учреждения перспективы расширения собственной деятельности.

**Литература**

*Громыко Ю.В.*Проектное сознание: руководство по программированию и проектированию в образовании для систем стратегии управления. М.: Институт учебника «Пайдейя», 1998. 551 с

Инновационное обучение и наука: науч.-аналит. Обзор. М.: ИНИОН, 1992. 51 с.

*Ляудис В.Я.* Методика преподавания психологии: Уч. пос. 3-е изд., испр. и доп. М.: Изд-во УРАО, 2000. 124 с.

*Сластенин В.А.* Педагогика: учебник по дисциплине «Педагогика» для студентов высших учебных заведений, обучающихся по педагогическим специальностям / В.А. Сластенин, И.Ф. Исаев, Е.Н. Шиянов;            под ред. В.А. Сластенина. 8-е изд., стер. М.: Академия, 2008. 566 с.

*Шадриков В.Д.* Психология деятельности и способности человека: уч. пос. для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Изд. корпорация «Логос», 1996. 318 с.

*Щедровицкий Г.П.* Мышление. Понимание. Рефлексия. М.: Наследие ММК, 2005. 798 с.

**Tatiana I. Bessonova**

**PROJECT-BASED LEARNING AS A NEW DIDACTIC**

**STRATEGY OF HIGHER EDUCATION**

***Sevastopol State University***

*The article presents the results of the analysis of scientific sources that give an idea of the content of project-based learning and personal readiness of a high school teacher who has formed an innovative project culture. The ideas about the psychological mechanism of innovative activities as a new didactic strategy that forms a meaningful resilient system of teacher competencies are expanded. The attitude to the educational project activity and the teacher’s reflection as a solution to the tasks of the competence approach are investigated.*

***Keywords.*** *Project training, innovative project culture of the teacher, project activity, project thinking, project competence, personal readiness for project activity, students’ educational project.*

**УДК 37.018.43**

**Александр Анатольевич Гофман1**

**Алексей Станиславович Тимощук1**

**Тьяги Ручи2**

**«НОВАЯ НОРМАЛЬНОСТЬ» И АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ**

**ПОДГОТОВКИ КУРСАНТОВ В УСЛОВИЯХ**

**ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ**

***1Владимирский юридический институт ФСИН России***

***2Университет нефтегазовых исследований Индии (UPES)***

*В статье ставится вопрос об условиях «новой нормальности» как экономического, социального и образовательного тренда; актуализируется тема сложности развития цивилизации, угроз устойчивого развития. Затрагивается вопрос условий обучения в сложной эпидемиологической обстановке.*

***Ключевые слова.*** *«Новая нормальность», дистанционное обучение, дистант, онлайн-педагогика.*

Исторически условия возникновения новой нормальности связывают с посткризисным состоянием: 1) после мирового финансового кризиса 2008 года, 2) после пандемии коронавируса в 2020 г. Первый кризис продемонстрировал пределы экономического роста. Демографическая неравномерность развития планеты, снижение темпов экономического роста, безработица означают невозможность возвращения к докризисным показателям профицита бюджета, наличию резервов для стратегического развития, финансирования социальных программ в привычном объёме, возвращения премиальных выплат и стимулирующих надбавок. Новая экономическая реальность – это уменьшение конкурентной среды в сфере туризма и рекреации, авиации, event-агентств, фитнес-клубов; это продолжающаяся прекаризация, падение благосостояния. Финансовый кризис продемонстрировал ограниченность экономических моделей: макроэкономические теории не смогли предсказать кризис, избежать его или быстро выйти из него. Как и после Великой депрессии, возник спрос на кейнсианские идеи: медленное, сберегательное развитие, неустойчивость рынка и вмешательство государства [Tyagi 2020].

Новая нормальность связана с достижением инвестиционных пределов, связанных с пределами роста научных технологий. Из множества инвестиционных проектов реализуются лишь единицы, т.к. инвесторов и сбережений больше, чем осуществимых идей.

Второй кризис XXI века показал самоуверенность человечества в области науки и технологии. Новая нормальность «пост-КОВИД» означает «неприкасаемое», «дистантное» существование человечества: постоянный масочный режим и повышенные санитарно-гигиенические стандарты, пролонгированную самоизоляцию, цифровизацию образования, угасание доковидных видов предпринимательства, сокращение международных контактов, социальное дистанцирование, усиление иерархического контроля и отказ от массовых мероприятий.

Значительная роль в формировании новой нормальности принадлежит коммуникативной рациональности, формируемой через неинституциональные формы: социальные сети, сетевые сообщества, стриминг, комментирование на форумах, любительская журналистика, вирусная реклама, визуальная сетевая культура. Медиатизация международных отношений также опосредована вбросами, распространением слухов, негатива, фейков. Постправда – могущественный фактор в коммуникационном менеджменте политических процессов.

Классические представления об истине предполагали её устойчивость, эмпирическую проверяемость, общезначимость. Неоклассика оставляет нам вместо истины след, игру, дискурс, мнение, постправду, фейковые утверждения и т.п. Вместе с тем жизненный мир сообществ опирается на ключевые элементы дискурса, которые не подвергаются сомнению в группе. Место классического понятия «факт» заняла «дискурсема», концепт мира медийной реальности. Нельзя сказать, что современное человечество не нуждается в классическом понятии истины, что остались одни дискурсемы, знаки присутствия правды. Это не так. Самолёты летают, олимпийские рекорды ставят и торговые операции совершаются. Современная жизнь очень требовательна к результативной, эффективной, проверяемой деятельности. И только медиатизированная реальность предлагает вариативность конструирования и деконструкции, интерпретации и негоциации.

Говоря о новой нормальности, мы не можем игнорировать социокультурную реальность в целом и модицификацию научных описаний. Сам концепт «новой нормальности» указывает на когнитивный сдвиг, переход от одного массива дескрипций к иному, совершенно различному. Такими новыми описаниями занимается философия науки, обобщающая частные дисциплинарные исследования и вырабатывающая новый дескриптивный язык для усложняющегося социокультурного мира.

Проблема новой нормальности уже давно занимает философию науки и описывается в терминах научного реализма, направления, которое стремится разрешить антиномии несоизмеримости старых и новых систем. Каждый новый крупный учёный в фундаментальных науках претендует на создание полной теории действительности, которая претендует на признание и доминирование как истинная форма отражения реальности. Конфликты между системами Коперника и Птолемея, Галилея и Аристотеля, Эйнштейна и Ньютона – всё это великие сражения за истинное понимание реальности, за то, что считать нормальной наукой.

Томас Кун, Хилари Патнэм, Бас ван Фраассен, Нэнси Картрайт, Ян Хакинг опираются на историческую перспективу разрешения конфликта, рассматривая фундаментальные преобразования как сменяющие формы всё более детализированного реализма. Прогресс технологий не аннигилирует идеи, но способствует увеличению количества описаний. Несомненно, отдельные концепты, такие как «материя», «атом», «электрон», получают другое наполнение, однако мы не продолжаем наполнять всё те же категории. Рост количества референций денотата и наращивание коннотаций продолжают существовать внутри той же схемы понимание – описание – интерпретация – объяснение.

Сфера международных отношений образуется вокруг тех же принципиальных координат, таких как суверенитет, национальный интерес, безопасность. К числу новелл можно разве что отнести парадигму устойчивого развития, которая концептуализировала на новом этапе идеи о вечном мире.

Концепт «новой нормальности» представляет альтернативный вариант сохранения традиции в открытом обществе, находящемся в неопределённости, нуждающемся в примирении с общественным сознанием. «Hовая нормальность» снимает неопределённость устойчивого развития доминантой текущего благополучия. Поэтому эту функцию адаптации к меняющимся условиям следует признать разновидностью гомеостаза *homo sapience*. Цикл «нормальность – кризис – революция – нестабильность – новая нормальность» сопровождает человечество с незапамятных времён, но он был отрефлексирован в философии науки, т.к. наука является одним из самых быстро развивающихся институтов [Хакинг 1998: 16].

Существенным аспектом новой нормальности является тренд на имиджевую составляющую деловой жизни, государственного управления, правоохранительных органов. Рассмотрим новые условия фунционирования уголовно-исполнительной системы (УИС), которая является своеобразным показателем социального здоровья, нормального развития общества. Те процессы, которые проходили в закрытых условиях в этом социальном институте, сегодня подвержены быстрой медиатизации. СМИ и СМК не позволяют спрятаться в башне от общества, и каждый негативный новостной повод дорого обходится пенитенциарному ведомству [Тимощук 2019].

Существенным компонентом имиджа УИС выступают курсанты ведомственного вуза, которые ещё не сформировали саморегуляцию своего служебного поведения, но находятся под пристальным общественным вниманием. Социальные ожидания в отношении курсантов носят деонтический характер, поскольку опираются на сложившийся образ сотрудника правоохранительных органов, который должен быть примером в поведении [Тимощук 2017].

Подобные ожидания можно почерпнуть, читая комментарии к публицистическим материалам на нарушения курсантов. Это позволяет составить представление об общественном мнении части общества о правоохранительных органах. В целом имеет место отставание общественной осведомлённости от технологического развития. Из-за плотности информационного шума значительное число граждан не осведомлено о стандартах уголовно-исполнительной системы, о том, что тюремное дело и пенитенциарная безопасность являются предметом научного исследования и предметом образовательного процесса [Тимощук 2018а].

Пенитенциарное дело, оперативно-розыскная деятельность и иные виды правоохранительной деятельности не могут позволить себе отставать от процессов модернизации. Если это произойдёт, то модель общественного устройства не будет сбалансированной. Во всём мире сейчас актуальна проблема соблюдения прав человека, построения эффективного функционального образа правоохранительных органов. Уровень доверия граждан не только укрепляет авторитет государства, но и способствует более чёткой работе органов, отвечающих за безопасность общества. Когда приходится выступать перед большими научными форумами, где представляешься сотрудником образовательной организации УИС, то можно заметить, что в сознании отдельных учёных наблюдаются застарелые скелеты в шкафу: снобизм по отношению к тюремной теме, архаичные образы ГУЛАГа, предрассудки по отношению к пенитенциарной науке.

Коммуникация образа сотрудника ФСИН осуществляется ежедневно действующими сотрудниками на своих рабочих местах при контакте с гражданами. Усилия сотрудников пресс-служб в территориальных органах могут лишь косметически воздействовать на общественное сознание. Поэтому постоянные усилия по совершенствованию комплектования кадров в правоохранительных органах, повышение качества образования сотрудников суть неотъемлемые направления современного государства. В современных условиях требуется выработка новых профессиональных компетенций для репрезентации УИС как технологичной, современной, передовой организации [Адамов 2021].

Високосный 2020 год станет мемориальной вехой XXI века как год «принуждения к дистанту», когда пандемия проверила качество работы образовательных онлайн-сервисов и интернет-платформ, а российские вузы обеспечили многократный рост зарубежному провайдеру телеконференций *Zoom*. Вынужденное удалённое обучение вызвало бурю обсуждений в российском обществе, появилось много публикаций на эту тему [Батанов 2020; Блинов 2020; Гофман 2020б; Петрунева 2020; Тимощук 2020а]. Дистанционные образовательные технологии (ДОТ) особенно превозносят его ключевые организаторы, решившие перенести эту практику и на последующее обучение. Такие вузы, как ВШЭ и РАНХиГС, приветствуют образовательные новеллы постпандемии, используя переход на ДОТ как способ оптимизации образовательного процесса, экономии на преподавательском труде. Увеличивая удалённые объёмы, мы решаем кадровые проблемы и закрываем дефицит фонда оплаты труда. Чиновники и технологи от образования поэтому активно разрабатывают рекомендации, программы, методики, технологии, платформы для обезличенного обучения. Тренд на деперсонализацию совпадает также с динамикой массовости, технологичности и потребительским комплаенс.

Неоднозначность постковида заключается в повышении управляемости процессами. Бесперебойность, надёжность – это тема № 1 современного общества, и ФСИН не может быть в стороне от этой глобальной повестки дня. Коронавирус продемонстрировал необходимость расширения онлайн-режима, который предоставляет широкие возможности для управленцев [Тимощук 2020б].

Ситуация COVID-19, несомненно, ускорила развитие виртуальной обучающей среды и системы цифровых компетенций [Трофимова 2019а]. Реализация ДОТ требует от современного преподавателя быть продвинутым пользователем, способным устанавливать программы, обслуживать технику. Ситуация с принуждением кДОТ стала обучением, прежде всего, самих преподавателей технологическим навыкам. За время пандемии мы все прошли крэш-курс цифровых навыков и медиакоммуникации XXI века [Тимощук 2020в].

В разгар пандемии 2020 г. получил распространение интернет-мем, отображавший когнитивный диссонанс руководителя и работника. Атланты, известные по фасадам Санкт-Петербурга, представляли саморепрезентацию работавших на изоляции, которым приходилось прилагать значительно больше усилий, нежели до дистанта. Преподаватели сообщали, что ДОТ отнимает все время, даже то, которое раньше было свободным. Атланты, повёрнутые на 90 градусов, уже были похожи на лежачих Гипноса и Морфея и отображали образ сотрудников «на удалёнке» в глазах начальства, оставшегося в офисах и недовольного снижением показателей отчётности и управляемостью коллектива. «Вы же бездельничаете на дистанте» – такую оценку можно было услышать руководителям среднего звена о деятельности подчинённых. В этой картинке лучше, чем в тысяче слов, представлены несводимые представления об удалённой работе со стороны начальства и подчинённых. Опыт дистанционного обучения в вузе в период COVID-19, конечно же, неоднозначный. Существуют положительные и отрицательные стороны дистанционного обучения в вузе, обозначились особые зоны риска [Тимощук 2020г].

В число компетенций современных субъектов образовательного процесса педагога неизбежно входят медиакомпетенции, включающие базовые навыки работы в онлайне [Тимощук 2018б]. Их можно разделить на следующие направления: инструментальные, коммуникативные, прокторинговые.

*Инструментальные компетенции* – это динамические способности по овладению необходимым программным обеспечением. Цифровая среда обучения сегодня разнообразна, созданы десятки платформ для онлайн-обучения. В России наиболее известны *Moodle*, *Google class*, Учи.ру, СЭДО. Один из главных результатов пандемии-2020 заключается в том, что дистанционный труд обучил нас веб-занятиям, познакомил или сделал более продвинутыми в использовании технологий облачного хранилища, проведении онлайн-мероприятий и групповых обсуждений, использовании электронной среды. Вслед за флагманом пандемии, программой *Zoom*, пришедшей на смену *Skype*, увеличили свою аудиторию сервисы видеоконференций *Trueconf*, *Microsoft Teams*, *CISCO-WebEx*, облачные хранилища *Google Docs* и *Yandex disk*, мессенджеры *Viber* и *WhatsApp*. Последние оказали существенное содействие в организации обучающихся [Трофимова 2019б].

Нагрузки на техническую систему требуют поддержки её работоспособности: проверки жёсткого диска на ошибки, профилактики программной части ПК, установки антивирусных программ, своевременной инсталляции обновлений. Всё, что обеспечивают сотрудники отдела технических средств обучения (ТСО), необходимо научиться делать самому, и это большой вызов для личностного роста! Несомненно, очень интересно изучать, как заменить клавиатуру на ноутбуке или установить заплатку, чтобы обойти программу активации для работоспособности офиса, но это требует значительных временных затрат, так же как и обеспечение ДОТ: выкладка материалов, проверка тестов, ответы на письма обучающихся, – всё это не регламентированная Инструкцией по нормированию труда работа.

ДОТ подразумевают, что дома преподаватель имеет надёжную современную информационную технику с обновлённым лицензионным ПО, защитой от вирусов, широкополосным доступом в Интернет. К нагрузке 10 часов в день, а именно столько приходится работать, не все домашние ресурсы были готовы. Если образовательные организации закупают программное обеспечение, то индивидуальные пользователи в России делают это достаточно редко, и преподаватели по своим доходам не входят в их число. Для устойчивой дистанционной работы необходимо приобрести операционную систему, офисные продукты, сумма чека за которые составит более 20 тыс. рублей. Снизить персональную финансовую нагрузку могло бы обучение и внедрение ПО с открытым кодом. Однако обновление «железа» для пользователей – это то, что нужно делать за свой счёт, и стоить это будет в два раза дороже.

Администрация вузов по-разному реагирует на жалобы персонала на технические проблемы обеспечения работы. В лучшем случае могут предложить ноутбук на время или разрешить приходить на работу в критические дни (приём экзаменов, телеконференция). В худшем случае руководство отбивает желание у подчинённых обращаться с подобными жалобами угрозой увольнения [Гофман 2020а].

Часто в ответ на вопрос, чему учат компьютерные игры, даётся ответ, что они учат лучше действовать в рамках топологии самой игры. Это можно перенести и на ДО. В целом результаты дистанционного обучения хороши только для самого дистанционного обучения, т.к. обучающиеся лучше научились пользоваться электронной почтой, вести деловую переписку, подключаться к онлайн-лекциями в *Zoom*, *Teams*, получать задания в мессенджерах, проводить занятия во внутренней электронной системе *Moodle* [Тимощук 2019а].

С одной стороны, нагрузка на всех участников процесса возросла. До КОВИДа мы столько не читали, не писали и не получали заданий в реальном времени. Офлайн-обучение – более щадящее по сравнению с дистанционным. Бóльшие объёмы информации передаются через личный опыт преподавателя в живой, непосредственной форме. Удалённое обучение требовательно к личной вовлечённости, возрастает нагрузка на глаза, на нервную систему [Тимощук 2020д].

Не будем забывать, что не все обучающиеся были готовы к удалённой работе. Приобретение современной оргтехники (десктоп, ноутбук, планшет) может обеспечить далеко не каждая российская семья. Поэтому основная нагрузка легла на смартфоны, которые имеют не все полноценные функции для онлайн-обучения и пользование которыми в ведомственных вузах ранее пресекалось [Добровинский 2018]. В вузах ФСИН много обучающихся из регионов, из сельской местности, где неустойчиво передаётся радиосигнал сети. Все эти особенности перехода на ДОТ следует учитывать в работе.

*Коммуникативные компетенции* – это совокупность умений устанавливать, поддерживать и завершать адекватный деловой контакт в меняющейся среде. Другими словами, обучающиеся должны быстро учиться искусству образовательного общения по *YouTube* и *Zoom*. Выигрывает такой субъект образовательного процесса, который способен адаптироваться к новым формам обучения, развивать познавательную активность с использованием телекоммуникационных и информационных устройств [Морозов 2017].

При всех высоких императивах, что касается предметов, то качество образования ухудшилось, а нагрузка на преподавателей и студентов увеличилась; посещаемость студентами лекций и семинаров уменьшилась, а их активность на семинарах уменьшилась. Очень часто обучающиеся делают вид, что выполняют задание, а сами копируют друг у друга; в свою очередь преподаватели стараются загрузить их по самую макушку, что также свидетельствует о защитной реакции в условиях пандемии.

Порядка 10% обучающихся в каждой группе оказались неспособны обеспечить полноценную удалённую коммуникацию. Распространены отказы на требование включить камеру: «не работает», «отсутствует», хотя *Zoom* определяет устройство. Самые безнадёжные пользователи писали абзацы в заголовке письма: «Интернет ловит только на берёзе рядом с трассой. Не могу на дереве выполнять задание». Стандартный ответ преподавателя на претензии к качеству связи, функционированию оборудования был такой: «Вам жить и работать в этом цифровом мире. Учитесь решать технологические задачи по обеспечению устойчивого сигнала в вашей местности».

*Прокторинговые компетенции*–это способность контролировать успеваемость обучающихся удалённо. *Proctor* в англоязычном мире – это служащий, обеспечивающий соблюдение правил прохождения экзамена. В условиях ДО прокторинг заключается в контроле присутствия на виртуальных лекциях и просмотра видеоматериалов; фейсконтроле экзамена; наблюдении за прохождением теста; проверке результатов испытаний.

Прокторинг должен обеспечить добросовестность обучения и проверку знаний и имеет комплексное содержание, начиная от идентификации личности обучающегося до фиксации попыток списывания. В число актуальных задач современных ИКТ входят автоматизация прокторинга, повышение точности машинного зрения, усовершенствование процедур сбора и анализа данных, развитие распознавания клавиатурного почерка испытуемого.

Самоизоляция выявила проблемы в проведении итоговых аттестаций в вузе в системе дистанционного обучения. Одна крайность – это выставление зачётов и экзаменов по письменным, выполненным удалённо работам; а другая   – требование отвечать с закрытыми глазами во время экзамена по зуму (предосторожность, чтоб студент не наложил экран с ответами на окно чата и не читал с него).

Дистанционный экзамен критикуется как бутафорский. Обучающиеся делают вид, что получают задания вновь, хотя вопросы были известны заранее. Ответ «глаза в глаза» было трудно обеспечить, глаза убегали, студентам суфлировали. В целом возросло количество академического мошенничества (списывание, копирование, плагиат, помощь других людей на экзамене). Вместе с тем в сессию пришлось поставить больше хороших и отличных оценок по формальным показателям.

Итак, онлайн-педагогика зависит от технологической грамотности [Дегтярев 2020]. Преподаватели должны развивать навыки и знания, характерные для сетевых образовательных систем. Полный дистанционный цикл включает в себя способность создавать удалённый образовательный продукт и актуализировать его в режиме реального и виртуального времени; вести коммуникацию с обучающимися; оценивать онлайн-результаты обучения. Попутно нужно научиться решать технологические задачи продвинутого пользователя без обращения к персоналу службы технической поддержки. Современный обучающийся, соответственно, должен обладать развитым тайм-менеджментом посещения занятий и выполнения заданий в срок.

Создание эффективного и действенного цифрового класса требует от онлайн-педагогов развития исключительных коммуникативных навыков. Преподавателям XXI века необходимы все навыки, необходимые для разработки занятий для традиционного обучения в классе, при этом они должны уметь применять их в цифровой среде обучения [Гофман 2020].

Предоставление дистанционных образовательных услуг будет только развиватmся. По мере их совершенствования основная задача преподавателей и администраторов будет заключаться в поиске новых технологий и разработке среды обучения ответственным, практичным и результативным образом. Для повышения продуктивности онлайн-образования требуются четкие и краткие инструкции. Педагогам, имеющим опыт очного обучения в классе, возможно, потребуется развить более сильные письменные коммуникативные навыки.

*Влияние пандемии на досуг курсантов*. Народная мудрость гласит: нет худа без добра и добра без худа. Философия облекает эту правду жизни в теоретические лекала: динамика социального бытия диалектична. Рассмотрим, что положительного принесли новые санитарные правила труда. Новым обстоятельством, связанным с санитарным режимом, является приостановка деятельности увеселительных заведений как мест массового скопления граждан.

Одной из обязанностей куратора во Владимирском юридическом институте Федеральной службы исполнения наказаний (ВЮИ ФСИН) является участие в контролировании курсантов в ночное время суток, когда они должны находиться либо в казарме, либо по адресу съёмного жилья. Посещение ночных клубов для курсантов запрещено. Для проверки курсантов отдел по работе с личным составом (ОРЛС) составляет списки кураторов и курсовых офицеров, которые в ночное время проверяют злачные места на предмет присутствия там курсантов.

Проверки связаны с профилактикой правонарушений обучающихся, у которых посещение увеселительных заведений может вызвать неадекватную реакцию после синдрома абстиненции в виде кутежа, конфликтности, агрессии, дебоша, наркотизации, виктимизации, вандализма, разврата, демонстративной девиации.

Возможные последствия посещения злачных мест – алкогольное или наркотическое опьянения, скандалы, драки, ДТП, травмы, что может привести к административной и уголовной ответственности, стать основанием для служебной проверки и привести даже к отчислению из правоохранительных органов. Нарушения общественной морали, совершаемые курсантами, особенно заметны, т.к. становятся медийным событием, привлекают общественное внимание.

Во время патрулирования ночных заведений идентификация затруднена тем, что в движущейся массе людей не просто угадать лица курсантов, для этого нужно хорошо знать в лицо курсантов, которым разрешено домашнее проживание.

Десять лет назад служебная машина могла перемещаться по ночному городу и этого было достаточно, чтобы выявлять группы гуляющих курсантов. Сегодня многие пользуются такси, используют личный автотранспорт. Молодёжный стиль одежды сегодня предполагает большую анонимность (худи, джемперы, пуловеры, тренчи, кардиганы, свитшоты, толстовки и куртки с капюшоном).

Для кураторов и курсовых офицеров эффективность ночных рейдов не столь очевидна по нескольким причинам. Во-первых, курсанты знают о том, что их будут проверять ночью в определённых местах и могут не посещать именно массовые ночные клубы, а приходить в иные места (караоке-бары, пабы, кафе, рестораны, квартиры-вписки и т.п.)

Сложность также представляет идентификация курсантов в неформальной обстановке и одежде *casual*. Особенно непросто разглядеть курсанта-девушку в посетительнице ночного клуба, т.к. внешний вид меняется кардинально.

Программа барьера попадания курсантов в ночные клубы нуждается в новых идеях. Конечно, это хорошо, что за последние годы во ВЮИ ФСИН не было задержано курсантов на домашнем проживании за нарушение режима дня. Это достижение сотрудников курсового звена, ОРЛС, начальника института. Следует также учесть, что формат ночных клубов постепенно теряет свою привлекательность среди молодёжи. В 90-е и в нулевые клубы были маяком рейва, символом «движа». Сегодня же они утрачивают привлекательность и не собирают большой аудитории. В качестве причин называют закат индустрии, кризис танцевальной музыки, дефицит новых клубных идей, проблемы с развлекательной программой, появление конкурентных видов развлечений и виртуализация реальности, смена ориентиров у молодёжи. Бар, танцпол и чил-аут потеряли свою привлекательность для поколений XYZ и ЗОЖ. Во Владимире ушли с рынка клубы «Фреш», «Солнце», «Моника», «Черчилль холл», «Studio». Самый массовый клуб «ZZZed» с бесплатным входом известен как возрастной, где проводят девичники, включают медленные композиции и ретродиско. Рестобар «Пятница» ведёт политику фейсконтроля и дресс-кода, создавая ореол элитарности атмосферного заведения. Другие делают это за счёт высокого расчётного чека («Зажигалка», «Чача»). Иначе говоря, курсантам сейчас некуда пойти, да и сами они в своей массе уже не хотят в такие заведения устаревшего формата. Кураторы и курсовые офицеры дополнительно обеспечивают эффект присутствия, чтобы у курсантов не было даже мысли появиться в ночных клубах.

Вместе с тем современная индустрия развлечений изменилась. Дифференциация потребления приводит к индивидуации мест развлечения. Сегодня в каждой части города существует масса ресторанов, кафе, баров. Задача, стоящая перед воспитателями, существенно усложнилась, т.к. им приходилось стремиться практически к недостижимой цели – проверить огромное количество всех развлекательных заведений города. Однако всё это упростил КОВИД-19. Из-за коронавируса мы стали более деловыми и сосредоточенными на деле. Разумное увеличение трудовой нагрузки – это залог успеха, социального лифта и повышения качества жизни.

Выводы.Хорошо известный сегодня каждому обывателю термин «кризис» означал в греческом языке «судебное решение». Кризис выносит решение о том, где у нас слабые места, к чему мы не готовы, что нужно подтянуть. Коронавирус научил нас работать дистанционно. Постграмотность – это коммуникативная компетентность, владение информационными технологиями.

Некоторые выводы требуют долгосрочных решений. Приёмная кампания 2020 г. стала испытанием для самих вузов, причём трудности с набором коснулись и ведомственных образовательных организаций. Эпидемиологическая обстановка усугубила давние проблемы с приёмом поступающих. Динамику набора в ВЮИ ФСИН России следует рассматривать в контексте общероссийской демографической ситуации. Число абитуриентов последовательно уменьшалось все эти годы, что приводило к снижению конкурса при поступлении. Во Владимирскую школу милиции в прошлом веке было так же трудно поступить, как в столичный вуз. Затем количество поступающих постепенно сокращалось и уже с 2019 г. стала ощущаться нехватка абитуриентов. В этой связи возник вопрос, каким образом обеспечить приток молодых специалистов для УИС [Тимощук 2020б]. Помимо агитации по школам, которую проводят преподаватели, существует ряд мер, которые могли бы увеличить количество абитуриентов.

Так, входные требования по здоровью по-прежнему высоки, несмотря на то что качество здоровья молодёжи снизилось, что учитывается при наборе в армию, предоставляя возможность пройти военную службу тем, кто ранее был освобожден от призыва на военную службу по состоянию здоровья.

Улучшение внутренней обстановки на курсе также может способствовать привлечению молодых людей. В частности, новое поколение курсантов не воспринимает коллективную ответственность, когда за одного (нескольких) наказывают взвод или курс, как эффективный метод воздействия. Действительно, социальный мир стал более атомизированным, и методы воздействия на обучающихся должны быть индивидуализированы.

В условиях конкуренции за абитуриентов следующие установки курсовых командиров могут быть контрпродуктивными: «курсант должен бояться своего начальника», «курсант должен быть постоянно занят, чтобы не было нарушений». Обучающиеся исходят из другой установки: чем больше нагрузка по службе, тем хуже учёба. Дисбаланс в сторону формальной занятости (строевая каждый день по нескольку часов, дополнительные занятия по физической подготовке, построения в выходные дни) порождает нервозную обстановку и сказывается на качестве подготовки к занятиям. Запреты на использование мобильных телефонов также создаёт препятствия в быстром доступе к образовательной информации.

Жёсткие методы контроля курсантов, возможно, должны быть заменены на требовательное отношение к ним. Если исходить из того, что это «дети, которые могут что-то натворить», то результатом будет только то, что они будут всего бояться, включая осуждённых, с которыми им работать. Коронавирус показал, что драконовская дисциплина – не преграда. Попытки в ВЮИ ФСИН сдержать распространение среди обучающихся инфекции заселением в казарму и запретом на выход в город привели к скученности, в условиях которой вирус распространялся очень быстро. Угроза может прийти откуда угодно, включая экипаж скорой помощи, которую так часто вызывали в условиях изоляции. Известно, что врачи были более всего подвержены заболеванию и были, соответственно, одним из факторов риска. Таким образом, вопреки усилиям не допустить распространения болезни в летний период общее количество инфицированных и контактировавших в институте составило около 70 человек.

Пандемия подтолкнула нас ближе к умному обществу. Человечество никогда не было так готово к глобальной эпидемии, как сейчас. Если бы не информационные технологии, которые повышают управляемость общества, то последствия КОВИД были бы катастрофическими. Для того чтобы быть, вузы должны быть современными и технологичными.

**Литература**

*Адамов М.В., Никишкин Н.М., Тимощук А.С.* Необходимость повышения технологических компетенций преподавателей в условиях цифровизации образовательного процесса // Евразийский юридический журнал. 2021. № 1 (151). С. 460-462.

*Батанов А.* Онлайн-обучение: от вынужденной модели к идеальной // Аккредитация в образовании. 2020. № 3 (119). С. 52-57.

*Блинов В.И., Сергеев И.С., Есенина Е.Ю.* Внезапное дистанционное обучение: первый месяц аврала // Профессиональное образование и рынок труда. 2020. № 2. С. 6-33.

*Гофман А.А., Тимощук А.С.* Высшая школа в условиях цифровой трансформации // Стратегические приоритеты социально-экономического развития региона в условиях цифровой трансформации: Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Уфа: Институт стратегических исследований Респулики Башкортостан, 2020а. С.  43-47.

*Гофман А.А., Тимощук А.С.* Оцифрованные и дистантные: новые возможности, практики, риски // Социальные отношения. 2020б. № 4 (35). С. 98-107.

*Гофман А.А., Тимощук А.С*. Философия и технология цифрового образования // Евразийский юридический журнал. 2020в. № 1 (140). С. 474-476.

*Дегтярев А.Н*. Обращение директора института стратегических исследований Республики Башкортостан А.Н. Дегтярева // [Акселерация инноваций – институты и технологии](https://elibrary.ru/item.asp?id=45722030&selid=45722052): Сборник статей научного делового форума / под ред. А.Н. Дягтерева, А.Р. Кузнецовой. Уфа: Институт стратегических исследований Респулики Башкортостан, 2020. С. 10-11.

*Добровинский Д.С., Ловецкий И.В., Попов М.А.* Прокторинг как инструмент развития дистанционного образования // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. 2018. Т. 2. С. 27-32.

*Морозов В.М., Тимощук А.С.* Актуальные вопросы ведомственного образования (на примере ВЮИ ФСИН России) // Вестник Владимирского юридического института. 2017. № 3 (44). С. 43-46.

*Петрунева Р.М., Авдеюк О.А., Петрунева Ю.В., Авдеюк Д.Н.* Проблемы дистанционного образования глазами преподавателей: уроки коронавируса // Primo aspectu. 2020. № 2 (42). С. 65-71.

*Тимощук А.С.* Социальные ожидания от курсантов ведомственных вузов // Социальные отношения. 2017. № 3 (22). С. 25-32.

*Тимощук А.С.* Медиа компетентность в образовательной среде // Педагогическая деятельность как творческий процесс: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Чеченский государственный педагогический университет, г. Грозный, 17 октября 2018 г. Махачкала: АЛЕФ, 2018а. С. 409-421.

*Тимощук А.С.* Психолого-педагогическое сопровождение курсантов // Актуальные проблемы совершенствования высшего образования: материалы XIII научно-методической конференция с международным участием, 22–23 марта 2018 г., Ярославль. Ярославль: ЯрГУ, 2018б. С. 569-570.

*Тимощук А.С.* Процессы глобализации и тенденции развития образования // Управление человеческими ресурсами в сфере физической культуры, спорта и здорового образа жизни. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019а. С. 211-215.

*Тимощук А.С.* Социальные эффекты медиатизации // Трансформация медиасреды в XXI веке: материалы международной научно-практической конференции / Отв. ред. Д.В. Неренц. М.: РГГУ, 2019б. С. 136-142.

*Тимощук А.С.* Глобализация, гетерономия и образование 4.0 // Научные труды КубГТУ (электронный сетевой политематический журнал). 2020а. № 3. С. 494-501.

*Тимощук А.С.* Информационные технологии в устойчивом развитии цивилизации ПОСТ-COVID // Информационные технологии в экономике и управлении: Сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием). Махачкала: Тип. Формат, 2020б. С. 120-123/

*Тимощук А.С.* Кастомизация образования // Возможности и угрозы цифрового общества: Материалы конференции / под ред.: А.В. Соколова, А.А.      Фролова. Ярославль: Изд-во ООО «Цифровая типография», 2020в. С. 223-225.

*Тимощук А.С.* Пандемия: мир по одну сторону баррикады // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2020. № 4. С. 121-129.

*Тимощук А.С.* ПОСТ-КОВИД: проблемы устойчивости и управляемости // Медицинская этика. 2020д. № 2. С. 60-64.

*Трофимова Н.Н., Тимощук А.С*. Информатизация образовательной среды: борьба за внимание молодёжи // Философия и культура информационного общества: тезисы докладов Седьмой международной научно-практической конференции. В 2-х частях. Ч. 2. СПб: ГУАП, 2019а. С. 198-200.

*Трофимова Н.Н., Тимощук А.С.* Практики ограничения использования гаджетов в образовательных организациях // Евразийский юридический журнал. 2019б. № 9 (136). С. 355-357.

*Хакинг Я.* Представление и вмешательство. Введение в философию естественных наук. М.: Логос, 1998. 296 с.

*Tyagi R.,* *Vishwakarma S., Sanwar S.Y., Timoshchuk A.S.* Community Self-Help Projects // No Poverty. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals. Springer, 2020. P. 1-9.

**Alexander A. Hoffman1**

**Alexey S. Timoshchuk1**

**Tyagi Ruchi2**

**NEW NORMALITY AND CURRENT TRENDS**

**IN CADETS E-LEARNING**

***1Vladimir Law Institute of the Federal Penitentiary Service of Russia***

***2University of Petroleum Research of India (UPES), Dehradun, India***

*The article raises the question of the conditions of the “new normality” as an economic, social and educational trend; the topic of the complexity of the development of civilization, threats to sustainable development is updated. The issue of learning conditions in a complex epidemiological situation is touched upon.*

***Keywords.*** *New normality, distance learning, distance learning, online pedagogy.*

**УДК 378.147(075)**

**Елена Вячеславовна Згировская**

**ПОНЯТИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ**

**В КАТЕГОРИАЛЬНОМ АППАРАТЕ КОУЧИНГА**

***Институт философии Национальной академии наук Беларуси***

*Обосновывается важная роль понятия ответственности в коучинговом категориальном аппарате. Указывается, что коучинг как технология раскрытия человеческого потенциала способствует повышению уровня осознанности и личностной ответственности. Обнаруживается общая культурологическая матрица ведущего философского направления XX в. – экзистенциализма и коучинга.*

***Ключевые слова.*** *Коучинг, компетенции коуча, ответственность, осознанность, экзистенциализм.*

Феномен ответственности с давних пор был в центре внимания мыслителей. Как правило, дискурс разворачивался вокруг обсуждения темы свободы, свободы воли, (ин)детерминизма, фатализма, корреляции случайности, необходимости и закономерности.

В настоящее время осмысление данной проблематики становится все более актуальным. Эксперты рассуждают о глобальной ответственности (человечества) перед будущими поколениями. Ввиду этого на международном уровне поднимаются вопросы экологии, демографии, возможных сценариев общественного развития. Ставится вопрос о расширении горизонта ответственности, обосновывается необходимость включения в ее концептуальное содержание «ответственность человека и человечества за существование природы, за ее целостность, ответственность за будущие поколения, а также и за отдаленные последствия человеческой деятельности» [Цепелева 2017: 194]. На уровне индивидуального бытия ведутся дискуссии об ответственности личности за свою жизнь, свои решения и поступки, за выбор и его последствия.

В данном контексте можно упомянуть доклад «Россия 2025: от кадров к талантам», где представлена модель личностных качеств, которые, с точки зрения авторов, будут востребованы в ближайшем будущем. Интересно, что наряду с нацеленностью на саморазвитие, организованностью, навыками принятия решений и достижения результатов, настойчивостью в достижении целей, инициативностью, креативностью, эмпатией, предпринимательскими навыками называют и ответственность [Россия 2017: 20-21]. Надо признать, что значимую роль в формировании и развитии перечисленных выше «компетенций будущего» играет коучинг. Кроме этого, можно утверждать, что понятие ответственности занимает в коучинговом категориальном аппарате одно из центральных мест.

Прежде чем перейти к раскрытию темы, представляется целесообразным пояснить, что такое коучинг. Это относительно новое направление в профессиональной деятельности, которое можно дефинировать как процесс сопровождения человека при постановке и достижении им целей. Это форма сотрудничества, при которой коуч помогает клиенту более четко определиться со своими целями и достигнуть их, осознать свои ресурсы (потенциал) и выбрать оптимальные пути и средства достижения.

Также важно отметить, что в данной работе ответственность рассматривается не сквозь призму юридических (правовых), метафизических аспектов. Под ответственностью понимается важное морально-психологическое качество личности, заключающееся в способности человека принимать самостоятельные решения и готовности отвечать за их последствия. Экзистенциальный смысл ответственности заключается в возможности субъекта влиять на ситуацию, готовности человека быть в ответе за свой выбор, действия, за свою и своей семьи жизнь.

В этом же ключе рассуждает и Е.В. Братухина, которая рассматривает ответственность как «субъектное свойство человека созидать свою жизнь и выдерживать последствия принятых решений». При этом под субъектностью понимается «способность человека находиться в активной позиции по отношению к самому себе, быть источником познания или преобразования действительности» [Братухина 2017: 199].

Важно указать, что коучинг базируется на двух фундаментальных ценностях – осознанности и ответственности. Обе они диалектически взаимосвязаны. Для реализации ответственного типа поведения важно понять, кто ты и какую роль играешь в этом мире, какое место в нем занимаешь. Важно осознать свои персональные ценности и личные стратегии. Ответственность рождается из четкого представления о своем жизненном пути, исходит из выявленных и артикулированных представлений о цели. Это предполагает интенцию действовать из позиции «я – автор своей жизни» (а не жертва обстоятельств). Здесь уместно привести цитату: «Индивид несет ответственность за осуществление *своих* смыслов и реализацию ценностей» [Цепелева, Костарева 2017: 192]. В процессе коучингового взаимодействия все эти вопросы (цели, шаги по их достижению, ценности, миссия, навыки принятия ответственных решений и рефлексия об их возможных последствиях) прорабатываются. В этом плане можно смело утверждать, что применение коучинговых инструментов позволяет повысить уровень осознанности и личной ответственности коуча и клиента.

Обращаясь к мировоззренческим основаниям коучинга как технологии раскрытия человеческого потенциала, следует отметить его важную ценностную установку. Принятие ответственности за собственные решения и действия, представление о том, что результат – это зона ответственности самого человека, является базовым положением философии коучинга. Коучинг принципиально основан на признании за человеком способности самостоятельно принимать решения, делать выбор и брать ответственность за результат. Можно добавить, что в центре коучинговых представлений о человеке стоит субъект, активный, динамичный, целеустремленный, направленный в будущее, быстро реагирующий на современные вызовы, обладающий креативным, позитивным мышлением, стремящийся к саморазвитию, самосовершенствованию, берущий ответственность за свои действия, свою жизнь. Это человек «действующий», творец своей жизни.

«Одним из важнейших элементов коучинга является взятие клиентом на себя ответственности за достижение своих целей», – пишет в своей работе известный белорусский психотерапевт и коуч М. Дернаковский [Дернаковский 2017]. С другой стороны, согласно профессиональным стандартам одной из ключевых компетенций коуча является «управление (прогрессом и) ответственностью». Это значит, что в обязанности коуча входит содействие «формированию и развитию навыка клиента самостоятельно и своевременно принимать осознанные и ответственные решения, оценивать риски, расставлять приоритеты» [Компетенции коуча АРК 2021].

В контексте рассматриваемой темы представляется интересным обратиться к идеям ведущего философского направления ХХ в. – экзистенциализму. С коучингом их объединяет и представления о человеке как о проекте самого себя, и об ответственности, и направленность, устремленность в будущее. Базовые постулаты философии экзистенциализма: человек – существо, которое устремлено к будущему; человек есть лишь то, что он сам из себя делает; человек ответственен за то, что он есть, – безусловно, коррелируют с ценностями коучинга. Один из основоположников экзистенциализма Ж.-П. Сартр в свой известной работе «Экзистенциализм – это гуманизм» писал: «первым делом экзистенциализм отдаёт каждому человеку во владение его бытие и возлагает на него полную ответственность за существование», «человеком он становится лишь впоследствии, причём таким человеком, каким он сделает себя сам» [Сартр 2021].

Подводя краткие итоги, можно указать, что в современных условиях неопределенности, непредсказуемости, поливариантности сценариев развития общества ответственность социума, а в большей степени – отдельных индивидов приобретает особый актуальный смысл.

Коучинг как новая технология развития человека, раскрытия его потенциала выполняет важную социальную функцию – способствует повышению ответственного типа мышления и поведения. Его можно назвать жизненной философией, одной из задач которой является развитие осознанности и принятие ответственности на себя. Экспликация представлений об ответственности в коучинге показывает, что они имеют единую культурологическую матрицу с экзистенциализмом: человек ответственен за то, что он есть.

**Литература**

*Братухина Е.В.* Социально-профессиональная ответственность личности как педагогическая проблема // Успехи современной науки. 2017. Т. 1. № 4. С. 199-203.

*Дернаковский М., МакДэниел Г.,* [*МакДэниел Л., Новокшонова Е.*](https://www.chitai-gorod.ru/books/authors/dernakovskiy_m_makdeniyel_g_makdeniyel_l_novokshonova_ye/)Техники коучинга высокой эффективности. Минск: Смэлток, 2017. 114 с.

Компетенции коуча АРК. URL: <http://www.coach-rus.org/kouching/kompetentsii-koucha-ark/> (дата обращения: 16.03.2021).

Россия 2025: от кадров к талантам. URL: <https://d-russia.ru/wp-content/uploads/2017/11/Skills_Outline_web_tcm26-175469.pdf> (дата обращения: 22.01.2021).

*Сартр Ж.-П.* Экзистенцилизм – это гуманизм. URL: <https://monocler.ru/ekzistentsializm-eto-gumanizm/> (дата доступа: 23.01.2021).

*Цепелева Н.П., Костарева А.С.* Проблема ответственности в современной теории морали // Личность и общество: нравственная идея в ценностном мире современного человека: Материалы всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Мокроносовские чтения-2017» (г. Екатеринбург, 25 ноября 2017 г.). Екатеринбург: УрФУ, 2017. С. 190-196.

**Elena V. Zgirovskaya**

**THE DEFINITION OF RESPONSIBILITY IN THE CATEGORIAL COACHING APPARATUS**

***Institute of Philosophy of the National Academy of Sciences of Belarus***

*The important role of the concept of responsibility in the coaching categorical apparatus is substantiated. It is indicated that coaching as a technology of unlocking human potential contributes to increase of the level of awareness and personal responsibility. The general cultural matrix of coaching and the leading philosophical direction of the XX century existentialism is revealed.*

***Keywords.*** *Coaching, coach competence, responsibility, awareness, existentialism.*

**УДК 304, УДК 316, УДК 378**

**Ирина Михайловна Кувакова1**

**Сергей Васильевич Устинкин2**

**ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ ЦЕННОСТЕЙ *DIGITAL*-ОБРАЗОВАНИЯ:**

**СВОБОДЫ И ПРАВА, ДОЛГ И ОТВЕСТВЕННОСТЬ**

***1Институт социальных наук, г. Москва***

***2Нижегородский государственный лингвистический университет   
имени Н.А. Добролюбова***

*В статье кратко рассматриваются проблемное поле психо-лингво-социального и базовые ценностные ориентиры как система смысложизненных координат; концепт «трех само-» – продуктов психофизиосоциокультурной природы человека; перспективы социальной самоорганизации, реализации Национальных проектов России и развития возможностей digital-обучения на пути «... образования в интересах устойчивого развития (ОУР)» через призму концептов «страдание» («боль»), «свет», «тьма», «Святая Русь», манифеста «русской идеи» и ее носителя – «русского народа-богоносца», гражданско-политической морали и образного романно-поэтического творчества Ф.М. Достоевского.*

***Ключевые слова.*** *Психофизиосоциокультурная природа человека, цивилизация, «общий дом», проблемное поле психо-лингво-социального, базовые ценности, система смысложизненных координат, литературно-философско-публицистические труды, гражданско-политическая мораль и образное романно-поэтическое творчество Ф.М. Достоевского.*

Переустройство человеческой цивилизации, связанное с цифровым этапом постиндустриальной эпохи и «великой перезагрузкой», высокими рисками и уязвимостью психофизиосоциокультурной природы человека, а также со вновь открывающимися и еще не до конца осмысленными возможностями, потенциалом *digital*-образования начала XXI века, побуждает к уточнению и пересмотру базовых ценностных ориентиров и их комплексов – систем смысложизненных координат. Именно эти сложные и взаимосвязанные вопросы и философско-публицистические выступления авторов новых стратегий, манифестов составляют проблемное поле широких международных и междисциплинарных исследований [Кувакова 2003], в том числе в области психо-лингво-социального. Эта содержательная направленность научно-практической деятельности и институтов постиндустриальных изменений, пути образования в интересах устойчивого развития и вопросы трудового творчества, неокорпоративного, государственного управления и создания условий будущего – основаны на концепции уважения человеческого достоинства (из «Манифеста глобалистов…») [Кувакова 2019; Латышев 2021].

Здесь взаимодействия единичного – «индивидуум – личность – субъект действия – творец», национального и цивилизационного, отражающих состояние сознания (понимания, осознания) человека, оформляющих характеристические свойства мышления, «картину мира» и моделирующих поведение людей [Кувакова 2006: 69]. Обусловленные последним способы достижения целей благополучия, успеха, статуса и пр. объективируют подходы к проблеме «уважения человеческого достоинства», актуализируют духовно-интеллектуальные потребности, морально-нравственные, этические, эстетические рамки публичности и институционализации общественных структур, создаваемых и поддерживаемых ими эталонных систем смысложизненных координат в целях взаимодействия и общего прогресса.

Научная актуализация и публичная артикуляция проблем «перезагрузки», «переходности» отражают по существу формализацию целей и способов их достижения. Факты естественной «встроенности» систем смысложизненных координат – свобод, прав и долга, ответственности – в цивилизационную логику «преемственности поколений» или «новый социальный контракт» улучшения, «переформатирования капитализма», что и отражают главный выбор каждого человека и всего человечества. Для одних – это искреннее желание мира, доброделания и счастья, а не войны и порабощения, а для других, лживо путающихся в собственных сетях, – «четвёртая индустриальная революция», переустройство мира капитала. Отсюда и генеральный курс для первых и всех «творцов-созидателей» (в отличие от «творцов-разрушителей») – на просвещение, непрерывное, «по ширине» и в течение всей жизни, ступенчатое обучение в формах классического и *digital*-образования, дополнительное профессиональное обучение (ДПО).

Принятие Национальных проектов России – «Человеческий капитал», «Комфортная среда для жизни» и «Экономический рост» (2019–2024 гг.), создание специализированных организаций и госструктур, назначение ответственных за трансформацию и в идеале – гармонизацию психо-лингво-социального контента, а в целом психофизиосоциокультурной среды представляет собой ответную реакцию на высокую неопределенность современной «картины мира» и риски будущего.

Постижение картины мировой цивилизации, глубин человеческой природы и мышления в русле создания образа будущего и просвещения, воспитания, обучения, профессионализации личности идет одновременно, синхронно с развитием классического и *digital*-образования, с формализацией ключевых требований, стандартов качества и уровня жизни и способов управления устойчивым развитием.

Творцы «переходности», опираясь на естественную смену поколений и закономерности социальной самоорганизации – от традиционного (постфигуративного) прошлого к настоящему (кофигуративному) и вновь создаваемому (префигуративному) обществу, призваны учитывать современное состояние глобального мира как всепланетарного конгломерата стран, доверяющих и не доверяющих друг другу, обладающих всеми необходимыми ресурсами, мощными информационно-технологическими возможностями, с одной стороны, и в сочетании с уязвимостью человеческих базовых ценностей и систем смысложизненных координат, с другой.

Соединение опыта прошлого, практик современного и образа будущего требует выверенных шагов, тщательной проработки и обоснования перспективных проектов, стратегических планов, многообразия научно-исследовательских проблемных полей и учебных, тематических программ.

К ним относятся и ценностные концепции по широкому кругу вопросов («этнос науки», Р. Мертон), долгосрочные и оперативные организационно-структурные решения, функциональные, институциональные и новейшие мультиинновационные, *digital*-подходы по реализации и оценке шагов по «перезагрузке».

Современная потребность использовать динамичное единство традиций классического образования и вновь приобретенных возможностей *digital*-обучения вкупе с перспективами развития кибернетических, нано-, аддитивных, биоинженерных, информационных, СМИ, НЛП, паблик рилейшенз, бизнес, интернет-маркетинга и иных технологий, давших импульс изучению и управлению объектами нового типа (атом, школа, наука, общество, государство, глобальный мир), уже с конца XIX – начала XX вв. стали отражением неуклонной и неизбежной «переходности», наступления как позитивных, так и, строго говоря, вредных, опасных перемен, требующих все более глубокого погружения в возможности познания и активного внедрения научных знаний. Последнее – продукты психофизиосоциокультурной природы человеческого ума («нус») – «трех само-» – духовно-интеллектуального самосознания, самоорганизующегося социального и самовоспроизводящегося жизнедеятельного, трудового, творческого, как искусства, научного и опытно-практического взаимодействия, ориентированного на «светлое» будущее сотрудничество.

Динамично меняющийся мир «online» ставит новые и все более сложные проблемы трансформации – от необходимости транслирования принципов социальной самоорганизации до проектирования, оптимизации образцов институционального уровня (школа, церковь, государство, власть, управление, пр.), а также создаваемых ими эталонных систем взаимодействий (обычаи, правила, нормы, режимы, мораль и пр.) [Кувакова, Соседов 2009: 21-54]. И          первые и вторые связывают законы, принципы и методы мышления, модели поведения и механизмы жизненной силы, опираясь на ценностные основания и смысловые координаты (свободы и права, долг и ответственность), определяющие и характеризующие социокультурную атмосферу единства или разобщенности, отвечающие и контролирующие качество межличностной и неокорпоративной коммуникации, предприимчивого и делового климата. Это носит, с одной стороны, духовноупреждающий характер, а с другой – формируется, осмысливается и передается в качестве фундамента «сдержек и противовесов» будущим поколениям самими людьми, современными социумами, решающими цивилизационные проблемы разобщенного мира.

Проблемы подобного уровня – развития, устойчивой жизнеспособности человека и цивилизации – не новы, а каждая из эпох в лице своих выдающихся мыслителей, «подвижников» и их учеников предлагает и продолжает искать «всеобщие» решения [Кувакова 2006, 2019].

Промыслительным явлением и безупречным примером искательства XIX века являются жизнь и пророчества, гражданско-политическая мораль и многомерность образного романно-поэтического творчества Ф.М. Достоевского с центральным вопросом «о человеке». Литературно-филососфско-публицистические произведения писателя и бескомпромиссно рассмотренная им тема «человек» отражают главное содержание всего жизненного и гражданского пути писателя, который актуализировал проблемы «сочетания свободы воли и морального закона»: концепты «время», «страдание» («боль», «болезнь»), «свет», «тьма», «Святая Русь» и «русская идея».

Манифест «русской идеи» базируется на глубинном чувствовании и вере в миссию «русской цивилизации», на понимании православного мирочувствия русского народа, ищущего свой путь в вере и христианстве.

Фундаментальные вопросы русской духовной и классической научной мысли, разрабатывающей проблему «человеческого существования», прочитываются шире, чем философия экзистенциализма, как уникальность единичного и всеобщего, соборного бытия. Здесь характеристические особенности индивидуума формируют образы личности (цельной, зрелой или уязвленной, раненной) и субъекта – страдальца, временщика, жертвы, преступника или праведника, подвижника, зодчего собственной судьбы и гармоничного общества.

Заветное, сакральное ядро русского человека проявляется в мировоззрении через призму сущностного – боли за свой народ и «общее дело» всего человечества – созидателя ценностных ориентиров и системы смысложизненных координат – квинтэссенции концепта национально-религиозно-космического самосознания: правды, справедливости, народности, православия, свободы, права, долга, ответственности, суда.

Главным носителем концепта «Святая Русь» и «русской идеи», по Достоевскому, является «русский народ-богоносец», обладающий святостью природооплодотворенного мыслителя, знанием о бедах, подвигах и славе и опытом вольнодумства, имеющий призвание, «божий дар» или миссию указать человечеству дорогу к спасению и провести, возглавив его, по этому пути (князь Мышкин, «Идиот», ч. 4, гл. VII; «Бесы», ч. 2, гл. I, VII).

Призывая к преобразующему движению, «русская идея» Достоевского ведет к границам горизонта-запредельности и представляет собой державно-стержневой конструкт православного соборного народного бытия как сосуществования в лоне единой, объединяющей все этносы, народности и народы, территории, страны, государственности, ответственной за все, что происходит с Россией.

При всей удаленности от академической философии один из «самых философских», по мнению Дж. Сканлан, русских писателей Ф.М. Достоевский говорил о важнейшей ценности – долге и ответственности за человека в смыслах духовно-интеллектуального водительства, неотъемлемой частью которого является ценностный ряд образов христианского учения как свободы мыслить и права на выбор. Идеалы святости (любви и всепрощения) и подвижничества (духовной и деятельной силы) – фундаментальные для динамичного движения русской и российской концептуальной общественной мысли – актуальны и для эпохи *digital*-образования, поскольку определяют генеральную логику цивилизационного как жизнеспособного и приемлемого для всего мира «образа будущего» – жизненной силы православного государства России.

По Достоевскому, «именно в России свершится новое пришествие Христово». Народ русский есть «на всей земле единственный народ-богоносец, грядущий обновить и спасти мир именем нового бога», ему одному «даны ключи жизни и нового слова» («Бесы», ч. 2, гл. I, VII).

Отсюда осмысленная и мировоззренчески важная постановка проблем: гуманизации и актуализации знаний (познания), противоречивых тенденций развития цивилизации и их связи с процессами психофизиосоциокультурной трансформации как продуктов турбулентности пространств геополитики, глобальной экономики, психо-лингво-социальной и национальной безопасности; новых требований к формам правосознания в эпоху *digital*-обучения; пути «... образования в интересах устойчивого развития (ОУР)»; динамики общественного самосознания постцивилизационной эпохи и качественных изменений роли и места ученого, педагога и управляющего в меняющемся мире, которые отвечают за понимание категорий «долга», «права» и применение «свобод» – новых «вольных» видов субъектов международного творчества.

**Литература**

*Кувакова И.М.* Проблемное пространство выбора траектории процессов современных постиндустриальных изменений / [Общество и право](https://elibrary.ru/contents.asp?id=33825084). 2003. [№ 1](https://elibrary.ru/contents.asp?id=33825084&selid=18946123). С. 43-48.

*Кувакова И.М.* Концептуально-теоретический подход к процессам разви­тия: устойчивая жизнеспособность человека и цивилизации // Глобализация и социальные изменения в современной России»: тезисы докладов и выступлений Всероссийского социологического конгресса. В 16 т. Т. 1. История и теория социологии. М.: Альфа-М, 2006. С. 67-71.

*Кувакова И.М.* Труд как творчество, воспроизводство и профессио­наль­ное управление – базовые задачи современного государства в условиях развития информационного общества и глобализации // Костинские чте­ния: Сборник материалов второй международной научно-практической конференции 19 апреля 2019 г. М.: ИИЦ «АТиСО», 2019. С. 105-109.

*Кува­кова И.М., Соседов Г.А.* Процессы институционализации и самоорганизации в сфере образования: вопросы научной методологии: Монография / под общ. науч. ред. А.Л. Маршака. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. 80 с.

*Кувакова И.М., Устинкин С.В.* Язык как институт и инструмент умо- и самостроения будущего мира // [Власть](https://elibrary.ru/contents.asp?id=35592006). 2018. Т. 26. [№ 7](https://elibrary.ru/contents.asp?id=35592006&selid=35592032). С. 173-182.

*Латышев С.*«Великая перезагрузка»: манифест глобалистов по захвату мира. URL: https://tsargrad.tv/articles/velikaja-perezagruzka-manifest-globalistov-po-zahvatu-mira\_300433 (дата обращения: 22.03.2021).

**Irina M. Kuvakova1**

**Sergey V. Ustinkin2**

**PROBLEM FIELD OF VALUES OF DIGITAL-EDUCATION:**

**FREEDOMS AND RIGHTS, DUTY AND LIABILITY**

***1Institute of Social Sciences, Moscow***

***2Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*The article briefly examines the problematic field of psycho-lingual-social and basic value orientations, as a system of meaningful coordinates; the concept of “three self-” – products of the psychophysio-socio-cultural nature of man; prospects for social self-organization, the implementation of national projects in Russia and the development of digital learning opportunities on the path “… education for sustainable development (ESD)” through the prism of the concepts of “suffering” (“pain”), “light” (“darkness”), “Holy Russia”, the manifesto of the “Russian idea” and its bearer – the “Russian people-God-bearing” – civil-political morality and figurative romance-poetic creativity of F.M. Dostoevsky.*

***Keywords.*** *Psychophysio-socio-cultural nature of man, civilization, “common house”, problem field of psycho-lingual-social, basic values, system of meaningful coordinates; literary-philosophical-journalistic works, civil-political morality and figurative romance-poetic creativity of F.M. Dostoevsky.*

**УДК 37.017.924**

**Яна Вячеславовна Сандул1**

**Александр Михайлович Сандул2**

**КУЛЬТУРНО-НРАВСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ ВОСПИТАНИЯ**

**СТУДЕНТОВ МЕДИЦИНСКОГО ПРОФИЛЯ В ПРОЦЕССЕ**

**ОБУЧЕНИЯ ГУМАНИТАРНЫМ ДИСЦИПЛИНАМ**

**1*Кубанский медицинский институт***

**2*Приднестровский государственный университет***

***имени Т.Г. Шевченко***

*В данной статье авторы рассматривают, каким образом изучение русских классических литературных произведений и русской философской мысли влияет на развитие убеждений, формирование норм морали, духовное развитие будущих специалистов-медиков, воспитание духовно развитой личности и привития навыков соответствующего морально-нравственного поведения в сложных ситуациях в процессе выполнения профессионального долга.*

***Ключевые слова.*** *Литература, философия, нравственность, духовно-нравственная культура, воспитание, образование.*

В конце прошлого столетия в России и на территории постсоветского пространства произошли наряду с позитивными переменами и негативные явления, неизбежные в период крупных социально-политических изменений. Эти явления оказали отрицательное влияние на общественную нравственность, гражданское самосознание, на отношения людей к обществу, государству, закону и труду, на культуру взаимоотношений. В период смены ценностных ориентиров нарушается духовное единство общества, размываются жизненные ориентиры молодого поколения, происходит обесценивание ценностей старшего поколения, а также деформация традиционных для страны моральных норм и нравственных установок.

Исторически сложившийся и выраженный в русской культуре, литературе и философии концепт «русской идеи» – это национальное богатство, котороеявляется базой для укрепления единства и суверенитета страны, служит основой в нашей повседневной жизни, фундаментом для экономических и политических отношений.

Настоящее время в российской истории и системе образовании – время формирования новой ценностной парадигмы. Базисные ценности личности формируются в семье, неформальных сообществах, трудовых, армейских и других коллективах, в сфере массовой информации, искусства, отдыха и т. д. Современное общество живёт и развивается в особых условиях, сочетающих в себе как быстрый позитивный темп развития, так и негативные саморазрушающие факторы общественного процесса. Уникальность современного мира заключается, с одной стороны, в крайне благоприятных условиях развития научно-технического прогресса: мы можем с гордостью заявить о создании искусственного интеллекта, раскрытии генома человека и о многих других уникальных открытиях в области медицины и информации. С другой стороны, человечеству эти открытия не прибавили стабильности, уверенности и духовного благополучия. Стремительное развитие информационного мира, его прозрачность заставляют современного человека осваивать, развивать доселе непривычные навыки и умения, которые должны опираться на соответствующую качественно новую духовно-нравственную культуру. Чрезмерная экспансия человека в природную среду, безудержная жажда потребления, неоправданное обогащение элиты и другие факторы свидетельствуют о том, что современный человеческий мир не может быть устойчивым. Следствием всех этих процессов может явиться необходимость выбора между свободой и безопасностью.

Всё это обуславливает необходимость качественно нового содержания и обоснования нравственно нормативных обязательств в процессе образования и воспитания будущих специалистов в системе высшей школы. Духовно-нравственная культура студенчества – это качественное состояние духовной жизни студенческой среды и в целом уровень культурного развития студенчества, который зависит от социального, духовного, политического и экономического состояния общества. Образованию отводится ключевая роль в духовно-нравственной консолидации российского общества, его сплочении перед лицом внешних и внутренних вызовов, в укреплении социальной солидарности, повышении уровня доверия человека к жизни в России, к согражданам, обществу, государству, настоящему и будущему своей страны. Все это предполагает необходимость внесения существенных корректив в процесс развития духовно-нравственной культуры студенчества в современных условиях.

В соответствии с описанной актуальностью тема статьи заключается в необходимости обоснования значимости, целесообразности и значимости изучения студентами медицинского профиля таких дисциплин, как история литературы и философия. Профессиональные знания в любом направлении обучения в высшей школе становятся приоритетными, но авторы в данной статье акцентируют внимание на том, что любой специалист представляет собой прежде всего личность, обладающую определённым мировоззрением и ценностями. Высшая школа является одним из важных субъективных факторов в процессе воспитания и образования будущих специалистов. Поэтому цель статьи – выяснить, каким образом изучение литературы и философии влияет на формирование убеждений, следование нормам морали, на моральные качества будущих специалистов-медиков и привитие им навыков соответствующего высокого нравственного поведения в сложных ситуациях в процессе выполнения профессионального долга. Наиболее широкой задачей является выяснение, как в процессе изучения литературы и философии возможно повысить нравственный уровень медицинской культуры, главным субъектом которой становится студент как будущий специалист.

Воспитательная работа в вузе – это целый комплекс мероприятий, составляющих систему, включающую следующие направления: профессионально-трудовое, гражданско-правовое и культурно-эстетическое воспитание. М.Ю. Михайлова описывает указанные направления, конкретизируя необходимость обоснования интереса и любви к избранной профессии, в организации полезного досуга, а также в нравственно-культурном воспитании, включая профилактику девиантного поведения [Михайлова 2018: 66]. «Интеллигентность как показатель нравственной и социальной зрелости человека проявляется в его образованности и культуре, честности и порядочности, неравнодушии к боли и страданиям окружающих» [Агеев 2011: 49]. Без данных качеств будущая профессиональная деятельность медиков просто невозможна, поскольку именно медицинский работник, врач связан с самыми ценными феноменами, такими как жизнь и здоровье. Поскольку медицина должна выполнять роль активно-духовной силы общества, то данная устойчивая позиция нацелена на организацию здоровой жизни, укрепление общественного здоровья и распространение ценностных ориентиров по повышению качества жизнедеятельности современных поколений.

По мнению авторов, задача формирования нравственной культуры личности заключается в достижении оптимального сочетания традиций и новаций, в соединении конкретного опыта личности и всего богатства общественной морали. Положительные примеры из жития святых, темы богатырства, патриотизма, подвижничества являются могучим источником нравственного воспитания подрастающего поколения.

По утверждению профессора А.Н. Ужанкова [Ужанков 2008: 33-34], после 40-х годов XVII века, происходит **секуляризация**, суть которой выражается в отрицании Бога и обмирщении сознания и доминирования разума; что привело к смене нравоучительности в древнерусских памятниках на развлекательность литературы. Но, несмотря на это, художественные тексты философской направленности XIX и начала XX века, как классической, так и современной литературы, все-таки сохранили не только богатство русского литературного языка, но и высокий уровень нравственного начала, интерес к нравственным и мировоззренческим проблемам поиска.

Приобщение будущих специалистов-медиков к нравственным традициям способствует узнаванию и укреплению национального самосознания, столь важного для сохранения самобытности общества, сохранения истории, и определяет будущее нашего народа. Наиболее важно и актуально в курсе изучения русской литературы, литературы родного края в процессе работы над произведениями соотнесение художественного образа и лирических героев с нравственными критериями современности, основанными на базовых морально-нравственных ценностях. Вскрывая острые проблемы современного мира, важно научить студентов решать их гуманными способами, призывая к доброте, взаимопониманию, состраданию. Мы убеждены, что изучение русской литературы и русской философской мысли во взаимосвязи способствует воспитанию лучших качеств человека, однако необходима тщательная разработка комплекса методов и приемов для реализации вышеуказанного процесса усвоения базовых морально-этических норм и воспитания высоконравственного человека и профессионала. Подтверждение тому служит множество примеров, когда в процессе знакомства студентов-медиков с художественными текстами писателей и поэтов, представляющих родной край, культурно-исторический анализ произведений является катализатором активного обсуждения морально-этических норм современного общества на фоне исторических событий.

Например, в рамках дисциплины «История литературы родного края», изучая биографию и творчество российского поэта-песенника и писателя, уроженца Приднестровья, В.А. Гурковского, студенты могут вполне ясно представить себе место действия, людей это действие совершающих, да и само действие, так как это всем известные места, находящиеся в непосредственной географической близости. В своем сборнике рассказов «Свидетель» автор пишет: «я выступаю, как свидетель от всех нас сразу: что-то сам видел, что-то от родных досталось, но главное – это истинно свидетельские показания от первого лица. Себя ведь и захочешь – не обманешь» [Гурковский 2015]. Автор избегает оценочных суждений субъективного характера и действительно выступает как свидетель событий, не навязывает свою правду или свои «правила», он просто делится воспоминаниями, словно показывает фотографию и предлагает читателю сделать собственные выводы и дать собственную оценку. В любой сюжетной линии у него главенствуют общечеловеческие ценности – добро, честность, порядочность, справедливость, ответственность, любовь, сострадание.

Во времена активного, но во многом стихийного информационного потока, оказывающего часто агрессивное и негативное влияние на неокрепшую психику молодых людей, творческая работа с подобными произведениями дает шанс молодому поколению сформировать здоровую, устойчивую систему собственных моральных и нравственных ценностей. Любое агрессивное действие вызывает противодействие, и молодежь сопротивляется нравоучительности в чистом виде. Умение заинтересовать студентов и дать им возможность познакомиться с литературными источниками и основами русской философской мысли становится «мягкой силой», которая помогает сделать правильный выбор. В данной ситуации преподаватели гуманитарных дисциплин выступают как проводники в мир нравственных ценностей.

В рамках образовательных программ медицинского профиля литература и философия выполняют не только познавательную функцию, но и воспитательную, основная суть которой заключается в развитии активной жизненной позиции, связанной с поддержанием жизни на Земле. Особую актуальность приобретает высокий уровень качества жизни, под которым понимается не только путь избавления от болезней, физических страданий, продления жизни, но и система нравственных жизненно-актуальных устойчивых ценностей. Бурное развитие современной медицины все более актуализирует необходимость философского осмысления проблем, связанных с человеком, его развитием, становлением, его деятельностью и духовно-нравственным состоянием. В ходе лекций и семинарского обсуждения основных проблем философии нами рассматриваются вопросы сущности и существования человека, свободы и ответственности, философии жизни и смерти, ценностных ориентаций в условиях общества потребления, нестабильного и сверхбыстрого мира. В такой сложной социальной среде молодому специалисту методологически полезно будет понимание жизни и смерти в ходе эволюции философской мысли, осмысление бытия человека прошлого и современного, его духовно-нравственного здоровья. Особую актуальность приобретает включенность в курс философии таких тем, как влияние сознательного и бессознательного на жизнедеятельность современного человека, роль и значение искусственного интеллекта, вопросы футурологии в развитии медицины и технологий. Изучение, осмысление и попытки глубокого анализа подобных проблем способствуют вскрытию социально-культурных кризисов, противоречий в социальной среде и поискам способов их преодоления, а также предотвращения будущих угроз, связанных с жизнью и здоровьем будущих поколений. «Врач – это не только образованный специалист, это и культурная личность, медицинский философ и психолог в деле восстановления здоровья у людей» [Хрусталёв, Кишкин 2016: 291].

Возможность привития определенного мировоззрения будущему медику раскрывается в понятии «человекознание», в осмыслении сущности человека как существа, обладающего уникальным духом и неповторимым телом. Мы не имеем глубинных и ясных знаний о том, каково воздействие духа на организм человека, его состояние, но от физико-химических процессов в организме зависят переживания и отношение человека к миру и к себе. Следовательно, немаловажной задачей философии в процессе обучения студентов-медиков, является формирование таких задач в компетенции медицинского работника, как осведомленность больных о необходимости здорового образа жизни, сохранении здорового духа во взаимосвязи с телом. Предотвращение возникновения болезней должно стать одной из основных задач современной медицинской практики наряду с борьбой с уже возникшими заболеваниями. Чтобы быть инициатором здорового духовного ориентира, медик должен сам обладать твёрдой гуманной основой в борьбе по сохранению общечеловеческих ценностей. Философия и литература обладают тем необходимым мощным культурно-нравственным содержанием, позволяющим в ходе обучения студентов-медиков сформировать интегральный подход в деле сохранения и развития жизни на Земле.

Огромный потенциал морально-нравственного оправдания существования человека представлен древней восточной и древней античной философией, глубинное понимание добра, красоты, сострадания, стойкости духа мы находим совместно со студентами в ходе изучения русской философии, морально-этические императивы поведения человека широко раскрыты с помощью немецкой классической философии, экзистенциализм XX века, несмотря на его пессимистические черты, погружает нас в самую суть сущности человеческого существования и т.д. «Образовательные траектории должны быть центрированы, прежде всего, на наше отечественное научное наследие и развивать историческое мышление – как фундамент знания индивида о бытии (природы, человека и общества), – ориентированного на связь времен и поколений (прошлое, настоящее и будущее), с целью формирования целостной картины мира и определения своей роли в ней» [Агеева 2015: 106].

По мнению авторов, усвоить нравственную сущность медицины для формирования мировоззренческой позиции и высокой профессиональной компетенции поможет полноценное изучение литературы и философии в вузе с адаптированной к специальности программой.

Мы считаем, что такие гуманитарные дисциплины, как литература и философия, при обеспечении воспитательной функции в своем методологическом подходе могут обеспечить гуманную составляющую в деятельности медицинского работника, формируя правильный моральный человеческий ориентир, устойчивый морально-нравственный стержень специалиста-медика.

**Литература**

*Агеев А.Н.* Духовно-нравственное воспитание как основа саморегуляции зрелой личности // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. 2011. № 19-2. С. 47-51

*Агеева Н.А.* Идеи русского космизма в контексте научно-технологического развития страны // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 4. Ч. 4. С. 100-108.

*Гурковский В.А.* Свидетель. Сборник отдельных произведений автора, Проза, стихи, песни. Слободзея: Еврокров, 2015.

*Михайлова М.Ю.* Культурно-нравственное воспитание студентов ВУЗа // Наука и социум: материалы всероссийской научно-практической конференции. Новосибирск: изд-во ЧУДПО Сибирский ин-т практической психорлогии, педагогики и социальной работы, 2018. С. 65-69.

*Хрусталёв Ю.М., Кишкин Н.В.* Философия для медицинских вузов. Ростов-на-Дону: Феникс, 2016. 365 с.

*Ужанков А.Н.* Стадиальное развитие русской литературы XI – первой трети XVIII века. Теория литературных формаций: Монография. М.: изд-во Литературного ин-та им. А.М. Горького, 2008. С. 33-34.

**Yana V. Sandul1**

**Alexander M. Sandul2**

**CULTURAL AND MORAL ASPECTS OF MEDICAL STUDENTS EDUCATION IN THE PROCESS OF TEACHING HUMANITIES**

***1Kuban Medical Institute***

***2T.G. Shevchenko Pridnestrovian State University***

*Russian Russian classical literary works and Russian philosophical thought influence the development of beliefs, the formation of moral norms, the spiritual development of future medical specialists, the upbringing of a spiritually developed personality and the inculcation of skills of appropriate moral behavior in difficult situations in the process of fulfilling professional duty. In this article, the authors consider how the study of Russian classical literary works and Russian philosophical thought affects the development of beliefs, the formation of moral norms, the spiritual development of future medical specialists, the upbringing of a spiritually developed personality and the instilling of skills of appropriate moral behavior in difficult situations in the process of fulfilling professional duty.*

***Keywords.*** *Literature, philosophy, morality, spiritual and moral culture, upbringing, education.*

**УДК 378**

**Тагир Ильдарович Фабарисов**

**АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ**

**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ГЕРМАНИИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ**

**НА ПОДГОТОВКУ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ**

***Уфимский государственный авиационный***

***технический университет***

*После реформы конституции ФРГ 2006 года, разграничивающей предметы ведения между федеральным правительством и федеральными землями, высшее образование Германии перешло под ответственность регионов. Вследствие этого федеральное министерство образования и науки прекратило финансирование вузов. Это привело, с одной стороны, к увеличению излишка неосвоенных средств, с другой же стороны, к снижению бюджетов вузов. С приходом к власти социал-демократических партий и партии «зелёных» высшее образование стало бесплатным для студентов. Это привело к увеличению нагрузки на региональные бюджеты, которым стало необходимо компенсировать недополученные доходы университетов, однако компенсация происходит не в полной мере, это приводит к тому, что университетам необходимо искать внебюджетные источники финансирования, такие как контракты на выполнение научных проектов со сторонними организациями по хозрасчёту или грантовая поддержка со стороны крупных научных ассоциаций. В статье описываются предпосылки к сложившейся ситуации и приводится анализ эффекта, который оказывает система финансирования на высшее образование Германии.*

***Ключевые слова.*** *Высшее образование, наука, Германия, финансирование, исследования, федерализм.*

«Развитие высших учебных заведений неразрывно связано с формированием интеллектуального потенциала выпускников, усвоением и закреплением ими новых знаний, умений и навыков, выработкой актуальных и востребованных в обществе профессиональных и общекультурных компетенций, воспитанием личности посредством вовлечения ее в учебно-исследовательскую и научную деятельность» [Лакман 2018: 169].

Согласно Основному закону Германии (*Grundgesetz*), система высшего образования относится к предметам ведения федеральных земель (*Bundesländer*) [Основной…]. Государственные университеты являются частью системы правительства, их бюджет формируется из бюджета земли, а профессора считаются государственными служащими.

Как правило, из бюджета земель университеты получают финансирование на материальные расходы, закупку оборудования, затраты на персонал и постройку зданий. После реформы Основного закона ФРГ 2006 года, направленной на модернизацию федерализма (*Föderalismuskommission I*), земли Германии потеряли ту часть бюджетных ассигнований федерального правительства, которая ранее направлялась на софинансирование высшего образования и науки [SZ.de 2019]. Ежегодно они получают от федерального правительства компенсацию в размере 695 млрд евро, которая, однако, не даёт права вмешиваться в региональную политику в области высшего образования и науки. Наряду с этим федеральное министерство образования и науки (*Bundesministerium für Bildung und Forschung*) финансирует отдельные грантовые программы с фиксированными сроками, на участие в которых могут подавать вузы Германии, такие как, например, программа *Exzellenzuniversität*, позволяющая университетам участвовать в конкурсе на звание лучшего в стране и получить финансирование постройки новых инновационных кластеров [Forschungsgemeinschaft… 2005]. Эта программа осуществляется Немецким научным обществом (*Deutsche Forschungsgemeinschaft*). Бюджет этой организации на 58% финансируется федеральным министерством и составляет около 3 млрд евро. Также федеральным правительством проводится программа *Higher Education Pact 2020*, направленная на компенсацию вузам затрат на увеличивающееся количество абитуриентов. Программа была запущена в 2007 году и продлится до 2023 года. По предварительным оценкам, в рамках программы будет профинансировано обучение около 1 млн студентов, бюджет составил 38 млрд евро [Jin 2012]. Всего в 2017 году в Германии на высшее образование и науку было направлено около 30,5 млрд евро. Из них 81% – из бюджета земель [Федеральное... 2020].

С приходом к власти социал-демократических партий в конце 60-х гг. прошлого века началось увеличение числа высших учебных заведений в ФРГ и продвижение высшего образования среди молодёжи. С 1971 года был выбран курс на отмену платы за обучение. Первоначально эта политика проводилась в виде софинансирования половины затрат напрямую из бюджета правительства; вторая половина финансировалась в виде займа, который студенты могли взять у государства для получения высшего образования. В 1976 году плата за обучение была отменена окончательно. С падением Берлинской стены встала необходимость в оценке и интеграции системы высшего образования земель бывшего ГДР. В конце 1990-х плата за обучение была возвращена, но только для тех студентов, которые не смогли завершить обучение в срок, установленный образовательной программой, и остались в университете на дополнительные семестры.

В 2002 году федеральные земли Баден-Вюртемберг, Бавария, Гамбург, Саар, Саксония и Саксония-Анхальт подали иск в Конституционный суд ФРГ с требованием признать запрет на введение платы за обучение противоречащим Основному закону, так как это является вмешательством в региональную политику. В 2006 году закон, являющийся предметом спора (*Hochschulrahmengesetzes*), был отменён. Новый закон о высшем образовании прямо разрешил введение университетами платы за обучение, которая ограничивалась 500 евро за семестр. Однако Берлин и бывшие земли ГДР отказались от взимания платы со студентов. После того как в западных землях к власти начали приходить социал-демократические партии, а также партия «зелёных», и на их территориях была отменена плата за обучение в вузах. Последними их отменили традиционно консервативная Бавария и Нижняя Саксония в 2013–2015 годах.

Высшее образование в Германии бесплатно для студентов вне зависимости от их гражданства, кроме земли Баден-Вюртемберг. Там студентам из стран, не входящих в ЕС/ЕЭЗ, необходимо платить 3 тыс. евро в год. Для того чтобы поступить в немецкое высшее учебное заведение (*Hochschule*), необходимо обладать аттестатом зрелости (*Abitur*), полученным по завершении гимназии. Аттестат профессиональной зрелости (*Fachabitur*), полученный в специализированной средней школы, позволяет поступать в специализированное высшее учебное заведение (*Fachhochschule*) или в профессиональную академию (*Berufsakademie*). В отличие от высших учебных заведений, такие учебные заведения не выдают академических степеней. Взамен их выдаются так называемые «государственные степени» (*Staatliche Abschlussbezeichnung*).

В специализированных высших учебных заведениях делается уклон на прикладные науки и практическое применение получаемых знаний. По их завершении выдаётся диплом специалиста с пометкой *(FH)*. В последнее десятилетие в связи с Болонским процессом также выдаются бакалаврские и магистерские степени, но и они тоже не признаются академическими степенями. Профессиональные академии отличает упор на получение рабочего опыта параллельно с процессом обучения. По завершении обучения в них выдаются государственные степени бакалавра с пометкой *(BA)*. Такое разделение на специализированные высшие учебные заведения позволяет получить узконаправленное высшее образование студентам, не имеющим склонности к дисциплинам, традиционно сопутствующим академическому высшему образованию, таким как, например, философия или научный семинар.

Высшие учебные заведения (*Hochschule*) выдают академические степени специалиста, например *Dipl.-Ing.* (*Diplom-Ingenieur* – дипломированный инженер). Кстати, в Баварии такие дипломы выдают с пометкой *Univ.*, чтобы не путать их с государственными степенями. Также в связи с Болонским процессом университеты переходят на бакалаврские и магистерские степени, например *M. Eng.* (*der Master of Engineering* – магистр инженерных наук). Так же как и в России, высшие учебные заведения могут иметь направленность. Например, различают *Bergakademie* – горные академии, *Bauakademie* – академии архитектуры, *Medizinische Universität* – медицинские университеты, *Technische Universität* – технические университеты, *Wirtschaftshochschule* – бизнес-школы, *Kunstakademie* – академии искусств, а также просто университеты – *Universität*.

«В последние два десятилетия в развитых странах усиливается роль образовательных организаций как источника технологий для рынка, а экономическое развитие, основанное на знаниях, определяется взаимодействием университетов с промышленностью и государством» [Гомзин, Иванова 2020: 167]. Наука в Германии в большинстве своём администрируется в форме ассоциаций научных центров. Практически все крупнейшие научные объединения действуют как некоммерческие организации. Из них крупнейшим является Объединение имени Гельмгольца (*Helmholtz-Gemeinschaft Deutscher Forschungszentren e.V.*), его бюджет составляет около 4,5 млрд евро и на 65% финансируется федеральным правительством, на 7% – федеральными землями. Остальная часть бюджета финансируется контрактами со сторонними организациями. В объединение входят как университеты, например Технологический институт Карлсруэ (*Karlsruher Institut für Technologie*), так и научно-исследовательские центры, например Немецкий центр авиации и космонавтики (*Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V.*). Последний также является самостоятельной некоммерческой ассоциацией научных центров, чей бюджет составляет чуть больше 1 млрд евро и примерно наполовину финансируется выполнением научных исследований по контракту со сторонними организациями. Другим примером крупного научного объединения является Общество Фраунхофера (*Fraunhofer-Gesellschaft zur Förderung der angewandten Forschung e.V.*).

«В зарубежных вузах студенческие проекты, реализуемые в дальнейшем в конкретные инновационные продукты, являются обязательной частью образовательного процесса. Там все студенты технических направлений должны участвовать во внеурочных сообществах. На эти практические образовательные цели выделяется все, что необходимо: помещения, оборудование, материалы, измерительные стенды. Деятельность студенческих инженерных коллективов всячески поощряется и поддерживается (в том числе материально), несмотря на то, что связана она с учебным процессом лишь косвенно» [Гомзин, Иванова 2020: 167]. Например, основной задачей Общества Фраунхофера является выполнение научных исследований, которые могут найти практическое применение в ближайшей перспективе. А потому бюджет, который составляет около 3 млрд евро, на 70% финансируется из коммерческих контрактов на выполнение научных исследований. Также примечательны такие крупные научные объединения, как Ассоциация Лейбница (*Wissenschaftsgemeinschaft Gottfried Wilhelm Leibniz e.V.*) и Общество Макса Планка (*Max-Planck-Gesellschaft zur Förderung der Wissenschaften e.V.*). Каждая организация обладает бюджетом около 2 млрд евро и финансируется совместно федеральным и региональными правительствами.

После реформы разделения предметов ведения между федеральным правительством и землями последние должны сами разрабатывать концепции распределения бюджета на науку и высшее образование. С одной стороны, это оставило федеральное министерство с излишком средств, которые более не требуется тратить на ежегодное финансирование бюджетов университетов. Этот излишек был направлен на софинансирование программ, отмеченных выше. С другой стороны, однако, для победы в этих программах университет уже должен иметь достаточный задел для того, чтобы можно было гарантировать, что полученное дополнительное финансирование будет эффективно использовано. А среди университетов «новых земель Германии» (*neue Bundesländer*) бывшей ГДР, где бюджеты правительств существенно меньше бюджетов западных земель, бюджеты и университетов меньше, равно как и их количество. Так, в 2012 году среди всех университетов бывшей ГДР лишь один Технический университет Дрездена смог получить такое финансирование в рамках программы *Exzellenzuniversität* [SZ.de 2019]. Как было описано выше, после побед партий социально-демократического толка и «зелёных» и в западных землях высшее образование стало бесплатным для студентов. А потому университетам приходится полагаться также и на внебюджетное финансирование. На практике это приводит к абстрагированию планируемых и утверждаемых бюджетов и делегированию решения финансовых вопросов под ответственность университетов. Это делает, однако, университеты более гибкими и свободными в вопросах использования бюджетных средств и позволяет им самостоятельно принимать внутренние правила организации учебного процесса. Для получения финансирования университеты направляют в министерство, ответственное за высшее образование (в разных землях конкретное название может разниться), оценку своего бюджета на следующий год или на следующие два года (в зависимости от земли). После консультаций между министерствами правительство вносит проект всего бюджета на рассмотрение регионального парламента. Также университеты предоставляют правительствам земель ежегодные отчёты (*Lagebericht*), включающие в себя бухгалтерский баланс и финансовую отчётность. В отдельных землях университеты вносят оценку своих бюджетов сразу на несколько лет. Это позволяет планировать, например, постройку новых объектов недвижимости в долгосрочной перспективе. Дальнейший обзор будет проводиться на примере Технического университета Дрездена (*Technische Universität Dresden*).

В рамках годового отчёта Технический университет Дрездена готовит отчёт о производительности, в который входят как глобальные целевые показатели, так и детальные: по шести научным школам и по каждому факультету и институту. Это позволяет планировать расходы на персонал, ресурсы и строительство объектов недвижимости. Также эта информация используется для ретроспективного анализа и корректировки целей и системы планирования. Таким образом, появляется возможность адекватно и быстро реагировать на изменение внешних условий (требования государства, ожидания общества), инновационные разработки (новые направления исследований, изобретения) и развитие конкурентов, требующих адаптации целевой системы. На уровне ректората факультетов проводится оценка того, какое финансирование планируется из бюджета правительства (*Haushaltsmittel*), а какую часть планируется привлечь от научно-исследовательских проектов со сторонними организациями (*Drittmittel*). Часто финансирование таких научных проектов осуществляется за счет грантов Немецкого научного общества. На 2016 год четверть всего научно-педагогического персонала Германии (в том числе и профессора) финансировалась в качестве *Drittmittel*-проектов.

Технический университет Дрездена входит в объединение девяти ведущих технических университетов Германии. Этот университет в 2019 году во второй раз защитил статус *Exzellenzuniversität* (первый раз – в 2012 году). Получение такого статуса принесло бюджету университета чуть больше 100 млн евро, а также позволило открыть три новых научных кластера, каждый из которых будет получать 10 млн евро ежегодно до 2026 года. В вузе обучается 33 тыс. студентов, работает 8300 сотрудников, из них около половины финансируется из бюджета университета, а также около 600 профессоров. Руководство вузом осуществляет ректорат. В состав ректората входят ректор, канцлер, директор по цифровизации и управлению информацией, проректор по университетской культуре, проректор по образованию, проректор по науке и директор по технологическому трансферу и международным отношениям. Административно Технический университет Дрездена разделяется на шесть школ (*Bereich*), каждая из которых делится на факультеты. В состав факультетов входят институты и кафедры. Руководство факультетом осуществляет деканат. Отдельно в состав Технического университета Дрездена входит университетская клиника им. Карла Густава Каруса. На базе клиники ведётся подготовка специалистов медицины всех уровней и профилей, начиная с младшего медицинского персонала до возможности получения академической докторской степени в стоматологии. На факультете электротехники, например, проводится обучение по программам специалитета и магистратуры. Для абитуриентов доступны следующие программы специалитета: *Elektrotechnik*, *Mechatronik*, *Informationssystemtechnik* и *Regenerative Energiesysteme*. Обучение ведётся на немецком языке. Тем абитуриентам, чьи школьные аттестаты не признаются в Германии (например, из России), необходимо предварительно закончить так называемый *Studienkolleg* по направлению *T-Course*. Для поступления на подготовительные курсы необходимо сдать вступительные экзамены по математике, физике и немецкому языку. Обучение там ведётся два семестра. По окончании сдаётся выпускной экзамен *Feststellungsprüfung*, который в то же время является и вступительным в выбранный вуз. По завершении десяти семестров в специалитета студент получает степень дипломированного инженера, после чего можно поступить в магистратуру. На факультете электротехники, например, она открыта по направлению *Nanoelectronic Systems*. Обучение ведётся на английском языке в течение четырёх семестров. Для тех, кто закончил бакалавриат не в Германии, подавать документы на поступление можно только через так называемый *Uni-assist* – организацию-посредник, оценивающую соответствие полученных дисциплин.

Первые четыре семестра в специалитете отводятся так называемому *Grundstudium*. Дисциплины в этот период одинаковы для всех студентов одной программы обучения. Студенты изучают математику, физику, информатику, теорию систем, электроинженерию, прикладную механику и материаловедение. По окончании четырёх семестров проходит промежуточная аттестация *Diplom-Vorprüfung*. Обучение с пятого по десятый семестр называется *Hauptstudium*. В пятом семестре необходимо выбрать направленность программы (*Studienrichtung*). От этого зависит набор обязательных дисциплин. Например, те, кто поступил на программу *Elektrotechnik* и на пятом семестре выбрал направленность *Geräte-, Mikro- und Medizintechnik*, будут изучать также технологию автоматизации биомеханических аппаратов, в отличие от тех, кто выбрал направленность *Automatisierungs-, Mess- und Regelungstechnik*. В пятом и шестом семестре дисциплин по свободному выбору нет, лишь обязательные. В тот же период изучается иностранный язык. В седьмом семестре студенты проходят производственную практику либо проводят семестр по обмену за рубежом. В восьмом семестре защищается *Studienarbeit* – что-то вроде промежуточного диплома. В восьмом и девятом семестре изучают дисциплины по выбору. Для программ бакалавриата с седьмого по девятый семестр студенты должны сдать одну дисциплину по выбору, входящую в обязательный для них модуль *AQUA* – антропология, философия, наука коммуникации, теология, современные медиа и архитектура. И наконец, по окончании десятого семестра защищается дипломная работа (*Diplomarbeit*).

Отдельного внимания требует процесс получения докторской степени в немецком вузе (*Promotionsstudium*). Как правило, аспирантура (в Германии называемая докторантурой) длится три-четыре года. В ТУ Дрездена установлен максимальный срок в шесть лет. Последний год отводится на написание непосредственно диссертации и сдачу выпускных экзаменов (*Rigorosum*). По окончании защищается докторская диссертация (*Disputation*). Для того чтобы стать аспирантом немецкого университета, необходимо заблаговременно подать документы в деканат факультета, в числе которых магистерский диплом и его перевод, описание предлагаемых докторских исследований, а также рекомендация от профессора, который готов взять аспиранта на выполнение докторских исследований.

Для аспирантов возможны три пути получения финансирования. Во-первых, можно подать на грант, например Немецкого общества академической мобильности (*DAAD*). В таком случае аспирант получает визу учёного по приглашению. Обычно такие гранты являются краткосрочными и редко позволяют покрыть весь период получения докторской степени. Аспирант должен заблаговременно написать научный проект и найти профессора, готового принять его для выполнения этого гранта. Второй возможностью является нахождение объявления о поиске научного сотрудника для выполнения научного проекта, финансирование которого уже получено профессором кафедры. Обычно такие проекты финансируются или немецким научным обществом, или другим крупным научным объединением, или коммерческой компанией (*Drittmittel*). В таком случае аспиранту будет необходимо совмещать работу над проектом профессора со своими докторскими исследованиями. Либо придётся подвести тему своей диссертации под полученный проект. И наконец, можно подать на вакансию научного сотрудника кафедры, которые объявляются профессорами (*wissenschaftliche Mitarbeiter*). В таком случае аспирант получает финансирование из бюджета университета (*Haushaltsmittel*). Как правило, необходимо будет вести практические занятия и лабораторные работы на кафедре. Но зато в таком случае аспирант не будет стеснён в выборе направления докторских исследований. Существует два типа докторских программ: *Individualpromotion* и *strukturierte Promotion*. Первая в Германии считается традиционной, когда докторант самостоятельно выбирает тему исследований и продолжительность их выполнения. Вторая ближе к российской аспирантуре, когда необходимо посещать установленные курсы в группе с другими докторантами.

Несмотря на увеличившуюся конкуренцию за финансирование научных проектов среди вузов, в обществе главенствует мнение о том, что высшее образование должно оставаться публичным и финансироваться государством. Отмена платы за обучение, тем более среди консервативных земель, подтверждает это. Однако объём такого финансирования очень зависит от региональных факторов. Университеты, получившие звание *Exzellenzuniversität*, имеют значительный приток дополнительных средств. Однако в целом сохраняется корреляция между богатством земли и успешностью вуза. А потому дебаты относительно возврата платы за обучение окончательно не прекратились. С одной стороны, университеты благодаря абстрагированию бюджетов обладают гибкостью в планировании внутренней политики, с другой стороны, университеты в первую очередь ориентируются на научные исследования, в том числе выполняемые по хозрасчёту или через грантовые проекты крупных научных ассоциаций.

Как видно, система финансирования высшего образования Германии не проста, зато во многом эффективна. «К сожалению, Россия до сих пор значительно уступает не только западным странам, традиционно придерживающимся университетской модели развития науки, но и даже некоторым государствам бывшего социалистического лагеря и постсоветским республикам» [Гомзин, Иванова 2020: 168]. Нам есть чему поучиться у немецкой системы образования. Кроме того, России необходимо возродить государственную поддержку и организацию целенаправленной регулярной работы по популяризации детско-юношеского научно-технического творчества и обязательно требуется «восстановление некогда плотного взаимодействия высших и средних учебных заведений и вузовской науки с реальным производством: создание и поддержка школьных и студенческих инженерно-конструкторских бюро, обществ и технопарков, занятых разработкой проектов по заказу предприятий» [Семивеличенко 2019: 103].

Чтобы сделать наше высшее образование более результативным, нам необходимо не забывать положительные стороны, присущие системе высшего образования СССР, и изучать опыт зарубежных коллег.

**Литература**

*Гомзин А.И., Иванова А.Д.* Финансирование высшего образования как вопрос обороноспособности государства // Молодежный вестник УГАТУ. 2020. № 2 (23) С. 165-170.

*Лакман И.А., Иванова А.Д., Муругова О.В.* Методическое обеспечение педагогической практики аспирантов технических и экономических направлений // Современные наукоемкие технологии. 2018. № 4. С. 169-173.

Основной закон ФРГ, часть VII, ст. 72 (Германия).

*Семивеличенко Е.А., Иванова А.Д., Муругова О.В., Иванов С.В.* Вопросы профессиональной ориентации и воспитания инженерно-технических интересов молодежи и предложения по развитию журнала «Юный техник» (по результатам экономического и педагогического исследований, проведенных для «Союза машиностроителей России») // Вестник Алтайской академии экономики и права. № 7 (часть 2). 2019. С. 98-106.

Федеральное бюро статистики (Германия). Государственные расходы на образование. URL: https://www.destatis.de/DE/Home/inhalt.html (дата обращения: 15.12.2020).

Das sind die deutschen Exzellenz-Universitäten // Süddeutsche Zeitung. 2019. 19 juli. URL: https://www.sueddeutsche.de/bildung/exzellenstrategie-exzellenzuniversitaet-entscheidung-1.4531782 (дата обращения: 17.12.2020).

*Forschungsgemeinschaft D.* Exzellenzinitiative des Bundes und der Länder zur Förderung von Wissenschaft und Forschung an deutschen Hochschulen. URL: http://www. dfg. de/forschungsfoerderung/formulare/download/exin1.pdf – 2005 (дата обращения: 15.12.2020).

*Jin S.U.N.* A review of Higher Education Pact 2020 – German higher education expansion policy in the 21st century // Journal of Hebei Normal University (Educational Science Edition). 2012. №. 10. P. 9.

**Tagir I. Fabarisov**

**ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF THE GERMAN**

**HIGHER EDUCATION FINANCING SYSTEM AND ITS IMPACT**

**ON THE TRAINING OF YOUNG PROFESSIONALS**

***Ufa State Aviation Technical University***

*After the reform of the German Constitution of 2006, which delimits the subjects of competence between the federal government and the federal lands, higher education in Germany came under the responsibility of the regions. As a result, the Federal Ministry of Education and Science has stopped funding universities. This led, on the one hand, to an increase in the surplus of undeveloped funds, on the other hand, to a decrease in the budgets of universities. With the coming to power of the Social Democratic parties and the Green parties, higher education became free for students. This led to an increase in the burden on regional budgets, which became necessary to compensate for the lost revenues of universities. However, this does not fully compensate for them and leads to the fact that universities need to look for extra-budgetary sources of funding, such as contracts for the implementation of scientific projects with third-party self-financing organizations or grant support from large scientific associations. The article describes the prerequisites for the current situation and provides an analysis of the effect that the financing system has on higher education in Germany.*

***Keywords.*** *Higher education, science, Germany, financing, research, federalism.*

**УДК 378 37.01 004**

**Nadezhda Yu. Valyaeva**

**Teaching ESL to the generation of “digital natives” effectively**

***Linguistics University of Nizhniy Novgorod***

*The article discusses the use of digital, information and communication technologies in teaching ESL at a university. It is argued that the use of such technologies improves the results of learning. The experience of using mind maps is discussed.*

***Keywords.*** *Teaching foreign languages, “digital natives”, mind maps.*

In our fast-moving, technologically developed world it’s impossible to ignore the fact that different kinds of devices play more and more important role in our lives. Almost all the spheres tend to become digitalized and technologically enhanced. And, of course, education is not an exception. Teachers and educators face new challenges every day: and it’s not only because of the recent experience of distant learning due to the COVID19 pandemic, but also because the students change really fast.

There’s no use denying that the pandemic became a massive trigger to the process of distant learning. It was really challenging for the teachers, but it was a little bit different for the students. Here we should talk about the generations, as our students nowadays can be called a “digital generation”, “digital natives” or a “media generation”. Those who were born after the year 2000 can hardly imagine the world without Internet. Shamis E. and Anshipov A. mention, that these students (called “Generation Z” by scholars) can be characterized as creative, multitasking, mainly introverts, often having problems with concentration [Shamis, Anshipov 2007: 25]. These people have been surrounded by technologies almost from the moment they were born. The older they get, the easier it becomes for them to communicate online. Digital technologies are the main source of information for them. It is much easier to Google something than to look for a book in the library. Here it should be mentioned, that a lot of libraries nowadays tend to digitalize their funds in order to reach wider audience and save some rare materials at the same time. Schools, colleges and universities also tend to move from paper books to their digital copies.

It would be unwise to ignore the peculiarities of modern students – on the one hand, they’re digitally developed but on the other hand, they lack the skills of critical thinking, analysis and reasoning. Quite often they are characterized as “clip thinkers”. Clip thinking has its roots in social media – according to the statistics, the amount of information that we get from the Internet doubles every year and it’s important to identify the most important things in this flow. But the main drawback of such way of thinking is that these “clips” don’t form a coherent image of the world around – they just give us a large amount of facts and images that are heterogeneous and are not connected. That’s why modern students see the world from other mental and visual perspectives.

According to these facts we may judge, that nowadays technology plays a vital role in the classroom. Teachers often say that students are not able to work properly without their devices. Due to the multitasking ability that has already been mentioned, they can listen to the lecture, search for something on the Internet, chat or text and answer the teacher’s questions almost simultaneously. But the main drawback of this multitasking is sure to be in the fact that the information received by the students is not deeply elaborated on, which leads to forgetting things much quicker.

These features of Generation Z students force the educators to search for new forms and methods of work in order to make the process of teaching and learning more efficient. Needless to say, those classical forms of work that many teachers got used to, seem boring and useless for students now. Modern students need to visualize almost everything; that’s why different kinds of presentations and videos are vital for the classroom. It also seems impossible to make the students put their phones aside, that is why the teachers should use this fact for the benefit of the class. One of the easiest ways is to ask the students to do some research on a stated problem and then to present or explain the problem to the groupmates.

According to the survey that was conducted at Nizhniy Novgorod State Linguistic University among the students majoring in International relations, only 20% of 45 respondents prefer to use a pen and a notebook to write something. As for the others, it’s more convenient for them to use different mobile apps for the notes (Color Note, Apple Notes, Evernote, etc.). If the students know that they’ll have to submit their papers (e.g. essays or reproductions) online, they ask to write the drafts, typing them on their mobile devices rather than writing in hand. As for the lectures, students often ask for permission to record them with their phones in order to listen to them once again in a more convenient time or while getting ready for an exam.

Teaching and learning languages also becomes more and more technologically dependent. It is easier for the students to use their phones even to look up a word in a dictionary. But if a couple of years ago they typed the words in a search engine, now more often they prefer using their phones’ cameras or voice recording. They are aimed at getting the answer to any question as quickly as possible, otherwise they may lose interest. In such conditions, the main task of the teacher is not only to attract students’ attention to the topic, but also to keep them interested and focused. This way the use of *mind maps* seems to be the best solution to the problem. When the term “mind mapping” was coined by Tony Buzan on the BBC’s “Use Your Head” in 1974, the ways in which people take notes, brainstorm and study changed forever.

It’s strongly recommended to draw mind maps if the educator wants his students to:

– structure information effectively;

– improve reading comprehension;

– boost productivity;

– inspire creativity;

– improve memory and recall [Buzan 2018: 25].

Let us underline some advantages of using *mind maps* during ESL classes:

1. Brainstorming. Mind map is one of the best ways of gathering different ideas in one place and finding connections between them. As we have mentioned above, the “digital natives” often lack the skill of building connections between things. At the same time, they need to visualize everything. Mind maps are sure to be perfect for solving both problems. They feature several powerful mental triggers such as images, colors, shapes and connections, which help students’ brain process and memorize large amounts of information.

2. Improving comprehension. By structuring information in a way that is more compatible with visual learning styles, and by filtering long texts into shorter mind map topics, learners can absorb large amounts of information faster.

3. Digitalized of classical forms. There is a wide range of mobile apps for mind-mapping: MindMeister, Ayoa, Coggle, FreeMind, XMind and others. For those students who are still on friendly terms with paper and pencils, mind maps are good not only in the way of arranging ideas, but also help them show their creative side.

4. According to a survey by the Mind Mapping Software Blog, mind mapping software can increase productivity by an average of 23 percent. Studies have found that mind maps can improve memory by 10-15 percent; others go even higher and estimate improvements of up to 32 percent [Toi 2009: 8]

5. Collaboration. Students can create mind maps not only individually, but also in groups (e.g. while working on a project). It improves the skill of working in a team and generating ideas together, which is really important for “digital natives”, who are considered to be more introvert and reserved than previous generations.

“Media generation” enjoys different kinds of projects. Mind maps are an invaluable tool when it comes to project planning. They help students foster a flow of ideas; they structure information visually and thus provide a great overview of all project-related data. If the project is created with the help of mobile mind-mapping apps, you can share ideas in real-time which is the most profitable if students work on a project not only in the classroom, but also at home or if students prepare an international project with their peers from another country. Brainstorming in online mind maps has been found to be even more effective than traditional, in-person brainstorming sessions. In fact, according to the scholars, using online mind maps can increase students’ creative output by about 50%.

Mind maps can also be really useful when the students plan to write an article or a diploma. Brainstorming of ideas should be accompanied by gathering and arranging materials and planning the future work. It is sure to make the writing process clearer and more structured, thus a little easier.

In conclusion it can be deduced that the potential of using digital technologies and mind-mapping in teaching ESL is really promising. The educators should be encouraged to take into account the students’ psychological characteristics and plan their work accordingly. Therefore, teachers should recognize that technological innovations have become a culture in learning and it’s recommended to implement the digital elements in education process on a regular basis.

**References**

*Buzan T.* Mind Map Mastery: The Complete Guide to Learning and Using the Most Powerful Thinking Tool in the Universe. BBC Active, Watkins Media 2018. 224 p/

*Shamis E., Anshipov A.* Teoriia pokolenii // Marketing. Menedzhment. 2007. № 6.

*Toi H.* Research on How Mind Map Improves Memory // International Conference on Thinking, Kuala Lumpur, 2009.

**Надежда Юрьевна Валяева**

**ЭФФЕКТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ *ESL* ПОКОЛЕНИЯ «ЦИФРОВЫХ АБОРИГЕНОВ»**

***Нижегородский государственный лингвистический***

***университетимени Н.А. Добролюбова***

*В статье рассматривается использование цифровых, информационных и коммуникационных технологий в преподавании ESL в университете. Утверждается, что использование таких технологий улучшает результаты обучения. Обсуждается опыт использования ментальных карт.*

***Ключевые слова.*** *Обучение иностранным языкам, «цифровые аборигены», ментальные карты.*

**Раздел 4**

**ТРАНСФОРМАЦИИ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО СОЗНАНИЯ И РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ В  СОВРЕМЕННЫХ ДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИКАХ**

**УДК 81-25**

**Анастасия Андреевна Бакараева**

**Валентина Ильинична Курышева**

**КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ**

**И ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ**

***Нижегородский государственный лингвистический***

***университет имени Н.А. Добролюбова***

*Рассматриваются особенности коммуникативного поведения языковой личности во время пандемии Covid-19. Анализируются характерные черты речевого поведения носителей русского и английского языков при опосредованном общении в ситуации стресса, а также выявляются специфические языковые единицы, использование которых продиктовано условиями пандемии.*

***Ключевые слова.*** *Коммуникативное поведение, языковая личность, пандемия, неологизмы, термины.*

Язык как универсальное средство обмена информацией отражает важнейшие изменения, происходящие в социуме, и тенденции его развития, обусловленные различными факторами. Невозможно не согласиться с утверждением о том, что одним из таких обстоятельств стала пандемия новой коронавирусной инфекции *Covid-19*, начавшаяся в 2020 году и оказавшая значительное влияние на все стороны жизни современного общества. Особенно эпидемия повлияла на межличностное общение людей, послужив причиной ограничения непосредственных контактов.

Известно, что коммуникация представляет собой один из ведущих видов повседневной деятельности человека. В этой связи целесообразно уточнить значение термина «коммуникативное поведение». Определение данного понятия было впервые предложено И.А. Стерниным в 1989 году, согласно которому упомянутый термин трактуется как «система коммуникативныхнорм и традиций, свойственных той или иной группе людей»[Стернин 2000: 4]*.* Автор обращает внимание на отражение в языке определённых социальных норм и обычаев, характерных для конкретной лингвокультурной общности. В дальнейшем термин «коммуникативное поведение» был доработан исследователем и определён как «поведение человека в ходе межличностного взаимодействия, подчиненное значимым для него нормам и правилам общения»[там же]. Учёный подчёркивает, что речевое поведение отдельной личности неразрывно связано с культурой и традициями социума, носителем которых она выступает.

Становится понятным, что коммуникативное поведение обусловлено языковой личностью, под которой понимается «человек, способный создавать и идентифицировать тексты, отличные по грамматическому оформлению, достоверности изображения объективной реальности и смысловому наполнению»[Караулов 1989: 3]*.*

Правомерной представляется модель языковой личности, имеющая трёхуровневую структуру. Вербально-семантический уровень подразумевает свободное владение носителем родным языком. Когнитивный уровень предполагает становление целостной картины мира посредством усвоения понятий и идей, характерных для той или иной лингвокультуры. Наконец, высший, прагматический уровень формирования языковой личности состоит в осознании побуждений и целей её совершенствования [Караулов 1989: 3-8].

Говоря о коммуникативном поведении носителей языка в период пандемии, следует отметить такие его особенности, как опосредованный характер общения, краткость и лаконичность высказываний, эмоциональность, использование стилистически маркированных языковых единиц («коронабесие», «ковидло», «ковид-диссидент»). Оказавшись в условиях принудительной самоизоляции, люди были вынуждены адаптироваться к новому формату коммуникации, реализуемому при помощи современных информационных технологий.

Дистанционный характер взаимодействия обуславливает краткость сообщений, так как некоторые интернет-форумы устанавливают ограничения относительно количества символов, содержащихся в печатном тексте. Более того, при опосредованной коммуникации диалогическая речь преобладает над монологической, основной целью общения становится обмен информацией между пользователями. Даже в случае публикации объёмного текста автор подсознательно ожидает реакции многочисленной аудитории на своё сообщение. Важно отметить, что в силу отсутствия непосредственного контакта и невозможности использовать невербальные средства общения (паралингвизмы) коммуниканты прибегают к употреблению экспрессивной лексики для выражения своего внутреннего состояния. Стрессовая ситуация, вызванная неблагоприятной эпидемиологической обстановкой, усиливает эмоциональность сообщений.

Особого внимания заслуживают новые языковые единицы, вошедшие в употребление за время пандемии. Лексемы, обладающие ярко выраженной коннотацией новизны, носят название неологизмов. И.В. Арнольд описывает это языковое явление как «слова или устойчивые словосочетания (фразеологизмы), появившиеся в языке вследствие технического прогресса, развития культуры, перемен в повседневной жизни людей и воспринимаемые коммуникантами как новые» [Арнольд 2012: 323]. Неологизмы отражают экстралингвистические факторы, послужившие причиной их возникновения.

В отличие от лексем, вошедших в употребление в предшествующие эпохи, неологизмы, появившиеся в языке в период пандемии, характеризуются специфической эмоциональной окрашенностью. Значительное их количество составляют слова, лексическое значение которых было переосмыслено в результате использования в принципиально новой ситуации общения («самоизоляция», «дистанционка», «удалёнка», «онлайн», «контактный», «короновать»).

Касательно морфологической структуры неологизмов следует сказать, что наиболее продуктивными способами словообразования анализируемых языковых единиц являются словосложение и словослияние («барановирус», «ковидиот» («covidiot»), «карантикулы», «карантье», «coronapocalypse», «infodemic», «maskhole»). В отношении русского языка важно отметить наличие среди новых лексических единиц этимологических гибридов, в морфемной структуре которых сочетаются заимствованные (английские) и исконно русские элементы («зумиться», «сарснуться»).

Отдельную группу лексем, наделённых коннотацией новизны, составляют также научные и медицинские термины, перешедшие в разряд общеупотребительных слов. Очевидно, что семантика этих языковых единиц была существенно расширена. Так, лексемы, ранее употребляемые преимущественно в узких научных кругах, приобрели дополнительные и переносные значения («антивирус», «антитела», «бессимптомный носитель», «пандемия», «viral infection»).

Выстраивание коммуникации в ситуации пандемии отличается от общепринятых моделей общения. С целью реализации коммуникативного намерения говорящего и понимания его адресатом используются специфические коммуникативные стратегии. Речевая стратегия трактуется О.С.  Иссерс как «совокупность речевых действий, осуществляемых для реализации коммуникативной цели»[Иссерс 2006: 54]*.* Каждая ситуация общения соотносится с определённым набором речевых стратегий, так как та или иная коммуникативная стратегия направлена на решение конкретной задачи и неразрывно с ней связана. Парадигма коммуникативных стратегий, исследуемых в работе и реализуемых при взаимодействии коммуникантов во время пандемии, сводится к следующим:

– стратегии презентации, в том числе самопрезентации;

– стратегии солидаризации;

– стратегии мотивации;

– стратегии создания тональности общения;

– стратегии повышения статуса партнёра по общению;

– стратегии понижения статуса коммуникативного партнёра [Ланских 2008: 16-19].

В таблице 1 приведены примеры реализации каждой из вышеозначенных речевых стратегий в английском и русском языках.

Примечательно, что перечисленные стратегии коммуникации способствуют созданию особой атмосферы общения, делают ситуацию более понятной для коммуникантов.

*Таблица 1*

**Реализации речевых стратегий в английском и русском языках**

| **Коммуникативная стратегия** | **Примеры** | |
| --- | --- | --- |
| **Английский язык** | **Русский язык** |
| Стратегия презентации | **Efficacy** specifically applies to **how a vaccine works in a clinical trial**.  **A pandemic** is when a new disease spreads in two or more regions at the same time.  The Gates **conspiracy theories arepart of an ocean of misinformation** on COVID-19 that is **spreading online.** | **Ложная информация** – это информация, направленная на введение людей в заблуждение в отношении тех или иных событий. |
| Стратегия солидаризации | Yes, **we love** a good label…  Because **we are aware** of this syndrome… **we know** how to treat it.  Here are the most common ones (words) **we** now **use**. | **Мы живём** с вирусами многие годы.  **Мы ощущаем**, что мир меняется, в какую сторону – пока **не знаем**. |
| Стратегия мотивации | **Ask yourself**: What do I really want to accomplish here?  **Give** other people a break.  **Don’t demonize** parents who are hesitant to vaccinate. | **Берегите** себя и своих близких!  **Высыпайтесь**, **пейте** витамины … и коронавирус вас не возьмёт! |
| Стратегия создания тональности общения | Seasonal colds are by all accounts **no fun** [10].  It has been **a difficult week** for two COVID-19 vaccines. | В новейшей мировой истории 2020 год запомнится как **кризисный период** … |
| Стратегия повышения статуса партнёра по общению | If you are **a firm believer** that masks are protective, you might have **positive inclinations** toward another mask wearer.  …if **you** just **happen to be reasonably well-off**, it will not matter very much to your wellbeing whether, say, a lockdown order stays in place indefinitely … |  |
| Стратегия понижения статуса коммуникативного партнёра | How to tell **a covidiot** from **a maskhole**.  Why are people in **such a tizzy** about COVID-19? | Список **фейков-страшилок**, которыми**забивают головы** …  Наряду **с конспирологической повесткой коронавирусных домыслов**… |

Становится понятным, что пандемия новой коронавирусной инфекции побудила множество людей пересмотреть своё отношение к общению и оставила след не только в нашем сознании, но и в лексической системе языка.

**Литература**

*Арнольд И.В.* Лексикология современного английского языка. 2-е изд. перераб. М.: Флинта: Наука, 2012. 376 с.

*Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / М.: КомКнига, 2006. 288 с.

*Караулов Ю.Н.* Русская языковая личность и задачи ее изучения // Язык и личность. М.: Наука, 1989. 264 с.

*Ланских А.В.* Речевое поведение участников реалити-шоу: коммуникативные стратегии и тактики: Автореф. дис. … канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 23 с.

*Стернин И.А.* Модели описания коммуникативного поведения. Воронеж: «Гарант», 2000. 52 с.

**Источники языкового материала**

BBC Radio 4. URL: https://www.bbc.co.uk/programmes/articles/4G0DhbmMBPN3nTlGkDLXGgC/how-to-tell-a-covidiot-from-a-maskhole-learning-the-language-of-the-pandemic.

Psyjournals.ru. URL: https://psyjournals.ru/files/115170/covid19challenges2020\_Vikhristyuk.pdf.

Science Daily. URL: www.sciencedaily.com.

Science News. URL: www.sciencenews.org.

Medscape. URL: www.medscape.com.

Psychology Today.URL: www.psychologytoday.com.

The Lancet.URL: www.thelancet.com.

Science Direct. URL: www.sciencedirect.com.

Nature*.* URL: www.nature.com.

BBC Science Focus.URL: [www.sciencefocus.com](http://www.sciencefocus.com).

**Anastasia A. Bakaraeva**

**Valentina I. Kurysheva**

**COMMUNICATIVE BEHAVIOR AND A LINGUISTIC**

**PERSONALITY DURING THE PANDEMIC**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*The peculiarities of the communicative behavior of a linguistic personality conditioned by the Covid-19 pandemic as well as characteristic features of verbal behavior of native Russian and English speakers and specific language units determined by the pandemic are brought into focus.*

***Keywords.*** *Communicative behavior, linguistic personality, pandemic, neologisms, terms.*

**УДК 87**`**27**

**Анастасия Александровна Безрукова**

**Татьяна Юрьевна Колосова**

**РОЛЬ ВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ**

**В СОЗДАНИИ ИМИДЖА ЧЛЕНА КОРОЛЕВСКОЙ СЕМЬИ**

**(НА ПРИМЕРЕ ГЕРЦОГИНИ**

**КЕМБРИДЖСКОЙ КЕЙТ МИДДЛТОН)**

***Нижегородский государственный лингвистический университет   
имени Н.А. Добролюбова***

*В статье рассматриваются особенности речевого поведения К. Миддлтон как члена королевской семьи Великобритании. Обнаруживаются определенная динамика в становлении ее речи, а также черты, сближающие ее с простыми молодыми британцами.*

***Ключевые слова.*** *Имидж, социальный статус, речевое поведение, речевой этикет, уровни языка.*

Поведение каждого человека в обществе регулируется речевым этикетом, представляющим собой целую систему языковых средств, в которых проявляются этикетные отношения. Исследователи отмечают, что элементы этой системы могут реализовываться на всех основных языковых уровнях: 1) на уровне лексики и фразеологии: употребление специальных слов и устойчивых выражений (*Hello*, *Thank you)*, а также особых форм обращения (*Ambassador*, *Sir* и пр.); 2) на грамматическом уровне: использование вопросительных предложений вместо категоричных повелительных; 3) на стилистическом уровне: соответствие требованиям грамотной и культурной речи, отказ от сниженной лексики и замена ее соответствующими эвфемизмами; 4) на интонационном уровне: использование вежливой интонации; 5) на уровне орфоэпии: использование *Hello / Good afternoon* вместо *Hey* и пр.; 6) на организационно-коммуникативном уровне: уважение к собеседнику, отсутствие вторжения в чужой разговор [Акишина 1983: 109].

Речевой этикет как форма нормативного речевого поведения связан с национально-культурными и языковыми традициями. Не подлежит сомнению, что внеязыковая действительность накладывает на языковую личность ряд обязательств, обусловленных набором социальных функций. В связи с этим особый интерес представляет зависимость речевого продукта от социальных характеристик участников коммуникации.

Строгость, сдержанность и безупречные манеры англичан известны во всем мире. Английский этикет отличает постоянное проявление таких качеств, как вежливость, корректность, невозмутимость, предупредительность и терпимость, трепетное отношение к своей личной жизни и финансовому положению.

Принадлежность к британской королевской семье (БКС) Виндзор, несомненно, является большой привилегией и обеспечивает уникальный социальный статус, но также подразумевает множество правил и традиций, определяющих и регулирующих процесс взаимодействия каждого ее представителя с публикой и формирующих определенный имидж.

Так, некоторые слова исключены из лексикона членов БКС, а отдельные выражения лучше не использовать в присутствии монарха. Ее Величество и ее наследники избегают множества слов французского происхождения в силу специфики отношений между странами на протяжении столетий. В частности, вы никогда не услышите, чтобы члены королевской семьи использовали французское *perfume*, отдается предпочтение *scent* или *dessert*, который происходит от французского *dressevir*.

Американизмы *lounge* и *living room* также исключены в пользу традиционных *drawing room* и *sitting room*.

Наконец, если вы оказались за чаепитием с членом королевской семьи, то это вовсе не «чай» (*tea*), а «ужин» (*supper* или *dinner*).

Одним из наиболее популярных в последнее десятилетие членов королевской семьи Британии является Кейт Миддлтон, ожидаемо она являет собой воплощение ценностей и традиций британской нации.

Кэтрин Элизабет Миддлтон (*Catherine Elizabeth Middleton*), в замужестве Её Королевское Высочество герцогиня Кембриджская, графиня Страхэрнская, баронесса Каррикфергюс (*Her Royal Highness the Duchess of Cambridge, the*[*Countess of Strathearn*](https://en.wikipedia.org/wiki/Earl_of_Strathearn)*,*[*Lady Carrickfergus*](https://en.wikipedia.org/wiki/Lady_Carrickfergus)), – одна из членов королевской семьи, с которой связывают будущее британской монархии и которая ведет насыщенную общественную работу на благо страны, часто появляясь перед объективами телекамер.

Следует отметить, что Кэтрин постепенно завоевала любовь британцев, не столько научившись безупречно следовать правилам королевского этикета и говорить как будущий монарх, но во многом благодаря своему имиджу, основанному на искренности, открытости и эмоциональности, которые безусловно проявляются в ее речи, отчасти лишенной привычной британской чопорности и королевской сдержанности.

Публичные выступления, фрагменты телешоу и совместные интервью герцогини Кембриджской с момента объявления о помолвке с принцем Уильямом в 2010-м и до конца 2020 года явились материалом исследования и позволили проанализировать особенности речевого поведения герцогини, классифицируя их по основным уровням языка.

**Лексико-фразеологический уровень.** Женщины, как правило, являются инициаторами диалогического взаимодействия и начинают разговор с этикетных фраз вводного характера для налаживания эмоционального контакта с собеседником. Эмоциональность женской речи проявляется в использовании контактоустанавливающих речевых сигналов, к которым относятся вводные слова и междометия, выражающие различную степень уверенности говорящего, ссылки на собственное мнение и мнение других людей.

Наиболее яркой особенностью речи герцогини Кембриджской является наличие многочисленных средств переоценки и недооценки. Последнее позволяет не проявлять свои чувства, говорить, избегая прямых высказываний во избежание нанесения оскорбления, обиды [Ивушкина 1998: 139]. Недооценка преимущественно проявляется в следующих словах и конструкциях: *little bit of*, *sort of*, и, учитывая застенчивость Кейт, с которой ей пришлось долго бороться, является проявлением смущения и волнения: *both of us were there sort of looking at each other, I’ve had the time to sort of grow* (интервью от 26 июля 2016 года). Переоценка, с другой стороны, выражается в использовании таких усилителей, как *quite*, *very*, *absolutely*, *extremely*, *massively*, *hugely*, *obviously*, *definitely*, что придаёт речи некую образность и эмоциональность. Кроме того, в некоторых репликах слова-усилители повторяются подряд по несколько раз, например: *It’s very, very special*, *They are very, very dear to me*.

Интервью подтверждает тенденцию, что речь молодых представителей королевской семьи постепенно приближается к речи среднего класса. Например, активное использование коллоквиальных идиоматических выражений: *I’m pulling my weight*, *I don’t know the ropes.*

Использование идиоматических выражений подчеркивает умение герцогини сделать речь богаче и выразительнее. В интервью, затрагивающем тему предстоящей свадьбы и помолвки (интервью от 19 ноября 2010 года), Кэтрин неоднократно использует идиому *to go bright red (*«покраснеть») для описания ее чувств смущения и стеснения по поводу столь деликатной для нее темы, она не пытается сохранять лицо и быть отстраненной, скрывать свои истинные эмоции: *Well I actually think I went bright red when I met you and sort of scuttled off, feeling very shy about meeting you*.

Герцогиня активно прибегает к вводным фразам, стремясь структурировать и придать логичность своим на первых порах сбивчивым речам.

Особенно популярны фразы-перечисления, такие как *first of all*, *also*. На благотворительной встрече по поводу строительства нового детского хосписа в 2014 гогу Кэтрин выразила признательность всем собравшимся: *First of all, I’d like to say thank you. First of all* становится отправной точкой ее выступления, придает ей некую уверенность продолжать речь.

Получив новый статус, Кейт Миддлтон заменила привычное местоимение *I* на более официальное и нейтральное *we*. Например, *we will be able to have a happy family ourselves.* Перейдем к рассмотрению выступления на встрече Королевского фонда. В данном отрывке герцогиня акцентирует внимание на том, что все, кто имеет возможность помочь будущим матерям справиться со стрессом или помочь им в воспитании детей с определенными нарушениями развития, должны помочь. Акцентируя фразу *we need*, она призывает объединить усилия, показать единство и близость к людям, к которым она обращается: *We need to focus on parenting and family support, ... that parents feel able to get their children school ready. We need to highlight how important it is to support mothers too.*

**Синтаксический уровень.** Эмоциональность Кейт находит выражение и на синтаксическом уровне. Анализ ранних выступлений, когда Кейт еще не овладела искусством выступать на публику, сохранять самообладание и более элегантно формулировать мысли, делая это пока безыскусно и робко, демонстрирует наличие большого количества повторов, функцией которых вряд ли можно назвать эмфатическую.

Повтор, помимо стилистического приема, является средством выражения возбужденного состояния, которое нередко проявляется во фрагментарности, иногда алогичности речи, повторе отдельных частей высказывания. Разговор принца Уильяма с ее отцом был одним из самых волнительных моментов в жизни Кэтрин, на что указывает повтор фразы *I knew* в одном предложении, дополненный волнением в ее голосе: *And actually we had quite an awkward situation because I knew and I knew that William had asked my father but I didn’t know if my mother knew.*

Однако, рассматривая более поздние выступления герцогини, учитывая уверенный тон и осмысленную паузацию, можно утверждать, что повтор приобретает смысл усиления эффекта от сказанного, подчеркивает избыток чувств. Кэтрин выражает особый трепет к принцессе Диане: *Obviously I would have loved to have met her and she’s obviously she’s an inspirational woman to look up  to.*

**Грамматический уровень.** Безусловно, речь герцогини Кембриджской грамматически правильна и демонстрирует образованность. Тем не менее на основании полученных в результате исследования данных можно сделать вывод, что потребовалось немало времени, чтобы сократить использование междометия *um*, *well* для заполнения пауз и создания своеобразного старта для начала речи. Например, *But um, actually William wasn’t there for quite a bit of the time initially, he wasn’t there for Freshers Week.* Продолжая тему замужества и чувств, испытанных перед этим событием, Кэтрин часто использует междометие *so*, рассказывая, что была очень взволнована и нервничала перед знакомством с семьей Уильяма, в особенности с его отцом, и не ожидала такого теплого приема: *Well I was quite nervous about meeting William’s father, but he was very, very welcoming, very friendly, so yea it couldn’t have gone easier really for me*.

Обращает на себя внимание тот факт, что речь Кэтрин проста, изобилует стяженными грамматическими формами и разговорными элементами, не отличается образностью и особыми средствами выразительности.

На **стилистическом уровне** средства выразительности включают преимущественно использование антитезы для усиления эмоционального воздействия: *Well I think if you really go out with someone for quite a long time you do get to know each other very, very well, you go through the good times, you go through the bad times*. Использование антитезы в данном предложении демонстрирует готовность герцогини быть со своим мужем и в радости, и в трудностях.

Исследуя речевое поведение герцогини Кембриджской, стоит подчеркнуть, что речь герцогини отличается большей мягкостью. Как женщине, ей ближе темы воспитания детей, помощи детским больницам и хосписам, что делает ее высказывания лишенными лишнего пафоса, простыми и искренними. Ей свойственна эмоциональность и эмпатия, терпеливость и внимательность. Именно на это указывает использование герцогиней Кембриджской таких конструкций, как умолчание и вставные предложения. Данные конструкции не только раскрывают смысл высказывания более детально, но и помогают слушателям понять, какие эмоции испытывает говорящий и какое значение он придает смыслу высказывания.

Подводя итог, на примере Кейт Миддлтон можно сказать, что речь молодого поколения королевской семьи сохраняет некоторые черты речи высших классов и аристократии, но допускает простоту, обыденность и разговорность речи, что упрощает понимание и приближает представителей королевской семьи к обычным молодым людям Великобритании.

**Литература**

*Акишина А.А., Формановская Н.И.* Русский речевой этикет. М.: Русский язык, 1983. 182 с.

*Ивушкина Т.А.* Социолингвистические аспекты развития английской речи (на материале речевых характеристик представителей высших классов Великобритании в произведениях английской художественной литературы): Дис. … д-ра филол. наук. М., 1998. 295 с.

**Anastasia A.Bezrukova**

**Tatiana Yu. Kolosova**

**THE ROLE OF VERBAL MEANS FOR CREATING**

**THE IMAGE OF A ROYAL**

**(ON THE EXAMPLE OF KATE MIDDLETON,**

**THE DUCHESS OF CAMBRIDGE)**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*The article considers speech peculiarities of K. Middleton as a member of the British Royal Family. Certain tendencies are observed as well as features that make the duchess closer to common young British people.*

***Keywords.*** *Image, social status, speech etiquette, verbal behaviour.*

**УДК 811.111'42:32**

**Дарья Сергеевна Григораж**

**Наталья Владимировна Коробова**

**СТРАТЕГИИ ПОСТРОЕНИЯ РЕЧЕВОГО ИМИДЖА**

**(НА МАТЕРИАЛЕ РЕЧЕЙ СОВРЕМЕННЫХ**

**АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПОЛИТИКОВ)**

***Нижегородский государственный лингвистический***

***университет имени Н.А. Добролюбова***

*В статье представлено содержание таких понятий, как «коммуникативный имидж», «коммуникативная стратегия» и «коммуникативная тактика», а также описывается метод анализа речи на примере текстов, относящихся к сфере политического дискурса США, а именно – президентских предвыборных дебатов. Особое внимание уделяется двухкомпонентной модели самопрезентации и ее тактикам. Делается вывод о том, что определенные коммуникативные стратегии могут быть характерной чертой современных политических дебатов.*

***Ключевые слова.*** *Самопрезентация, стратегии и тактики самопрезентации, двухкомпонентная модель, имидж политика.*

Речевое воздействие в политическом дискурсе активно исследуется в рамках прагматической лингвистики. Особый интерес представляют коммуникативные стратегии, реализующиеся политиками во время публичных выступлений. Они представляют собой совокупность заранее планируемых речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели в процессе общения. Среди наиболее частотных стратегий, используемых в политическом дискурсе, выделяется стратегия самопрезентации.

Термин «самопрезентация» является калькой с английского языка (*self-presentation*). В отечественной лингвистике термин находится в синонимическом ряду с такими понятиями, как «самоподача», «самопредставление», «самоописание», «акт самовыражения», «автохарактеристика», «авторечь». В общем смысле самопрезентация трактуется как «акт самовыражения и поведения индивида, цель которого – создание либо благоприятного впечатления, либо впечатления, соответствующего его идеалам» [Майерс 2002: 583]. Стоит отметить, что не существует однозначной трактовки понятия самопрезентации в политическом дискурсе. Однако можно привести определение так называемой политической презентации, сформулированное О.Н. Мищук, где самопрезентация понимается как «процесс исполнения социальной роли, о которой у субъекта имеются определенные представления. Политик (с помощью консультантов) выбирает образы для своей самопрезентации, исходя из имеющихся представлений о них и с обязательной ориентацией на параметры риторической ситуации, в том числе, на конкретику аудитории. Цель политической самопрезентации – создать у аудитории положительный образ своей страны (и себя как ее представителя) для получения конкретного результата» [Мищук 2020: 454].

По мнению И. Гофмана, появляясь перед другими людьми, в которых он заинтересован, человек должен мобилизовать свою активность, чтобы произвести нужное впечатление. Это делается: 1) чтобы вызвать желаемую реакцию; 2) чтобы предстать «тем самым лицом»; 3) потому что подобного аудитория ожидает от представителя данной группы; 4) потому что этого требует социальная роль; 5) потому что иначе он рискует быть понятым неправильно, от чего изменится ситуация в целом; 6) чтобы прийти к «пониманию» и, таким образом, достигнуть своих целей [Гофман 1984].

Речевые стратегии характеризуются определенным набором речевых тактик. Р.В. Клюев определяет коммуникативную тактику как «совокупность практических ходов в реальном про­цессе речевого взаимодействия». Речевая стратегия и тактика связаны как род и вид, так как выбранная стратегия предполагает использование соответствующих средств для ее реализации. Если коммуникативная стратегия определяет общее направление диалога, то коммуникативная тактика является способом реализации той или иной стратегии на определенном этапе развития речевой ситуации [Клюев 2002: 19].

При планировании выбор речевой тактики зависит от нескольких критериев. К ним относят общие знания о коммуникативной ситуации (уместен ли тот или иной речевой акт), знание о соответствующем речевом акте (является ли акт ритуальным либо стереотипным, имеет ли прецедент), сведения о собеседнике (как личности, как партнере).

Анализ политической риторики не является новшеством в странах демократического устройства. Результаты исследования процессов построения имиджа (*image building*) ложатся в основу разработок, которые используются в предвыборных кампаниях, дебатах и т.д. Подготовка речей политика (*speechmaking*) включает в себя работу над текстом выступлений, речью и голосом оратора. Рассматривая стратегии самопрезентации на материале политической риторики, необходимо подчеркнуть, что грамотное построение имиджа политика является одним из решающих факторов его нахождения у власти. Под коммуникативным имиджем подразумевают долговременную коммуникативную роль человека [Стернин 2001: 100].

Язык в политическом дискурсе рассматривается как инструмент воздействия и манипуляции. Стало быть, политические деятели должны обладать внушительной силой воздействия. В этом отношении можно выделить несколько коммуникативных функций имиджа.

Во-первых, имидж на первый план выносит качества и характеристики политика, являющиеся наиболее предпочтительными в данной среде, что производит благоприятное впечатление на аудиторию.

Во-вторых, человеку гораздо проще воспринимать информацию о том или ином политике, поскольку аудитории поступает ключевая информация, в которой политик позиционируется как ответственный и компетентный лидер. Таким образом, имидж упрощает восприятие сообщения о политике.

Третья функция заключается в создании уникального образа политика, что требует учета множества факторов, таких как социальный заказ, ожидания аудитории. «Наполнение» имиджа характеристиками политического лидера убеждает аудиторию избирать именно этого кандидата. Таким образом, стратегии самопрезентации могут служить инструментом для построения желаемого коммуникативного имиджа.

Созданию теоретических подходов к изучению самопрезентации были посвящены труды многих исследователей (И. Гофман, Б. Шленкер и М. Вейголд, Д. Майерс, Р. Викланд, Г. Глейтман, Л. Фестингер, Р. Аркин и А. Шутц, Р. Баумейстера и А. Стейнхилбер, Дж. Тедеши и М. Риес, И. Джонс и Т. Питтман, Г.В. Бороздина). Одной из наиболее объемных и логичных концепций явилась двухкомпонентная модель самопрезентации (авторы – S.-J. Lee, Brian M. Quigley, Mitchell S. Nesler, Amy B. Corbett, James T. Tedeschi) [Lee 1999]. На основе деления самопрезентации на ассертивную и защитную исследователями было выделено двенадцать тактик.

Ассертивная самопрезентация включает в себя семь тактик: желание понравиться (*ingratiation*), запугивание (*intimidation*), просьба/мольба (*supplication*), приписывание достижений на свой счет (*entitlement*), преувеличение собственных достижений (*enhancement*), негативная оценка других (*blasting*), пояснение примером (*exemplification*).

В защитном типе самопрезентации реализуются пять тактик: оправдание с отрицанием ответственности (*excuse*), отречение (*disclaimer*), оправдание с принятием ответственности (*justification*), препятствование самому себе (*self-handicapping*) и извинение (*apologies*).

Рассматривая стратегии самопрезентации на материале президентских дебатов 2020 года в США между Дональдом Трампом и Джозефом Байденом, можно выделить тактики, пользующиеся наибольшей популярностью среди оппонентов. Поскольку дискуссия велась в шести основных направлениях, приоритетных для развития страны, логичным представляется исследовать речь политиков в рамках определенного аспекта. В разделе *On the economy* выделяются следующие тактики ассертивной самопрезентации.

**Желание понравиться**

Цель тактики заключается в проведении связи между политическим деятелем и социально значимым событием или процессом. В данном примере обнаруживается семантический прием «свой круг». Использование концепта «свой-чужой» задает отношения между адресантом, адресатом и третьими лицами. Автор очерчивает «свой круг» через обозначение «чужих» либо обозначение «своих». Употребляя местоимение *we*, политик обозначает принадлежность к своей партии и выражает интересы «своего круга»:

*What I would like to do is a much better health care, much better. We’ll always protect people with pre existing -- so I’d like to terminate Obamacare, come up with a brand new beautiful health care.* – Donald Trump.

Адресант указывает на общие интересы с аудиторией через употребление местоимений «мы», «наше», «мое». Тактика также реализуется через употребление глаголов в будущем времени:

*We have done an incredible job with health care. And we’re going to do even better.* – Donald Trump.

*Run it as well as you can’ -- to my people, great people -- ‘Run it as well as you can.* – Donald Trump.

В высказывании затрагиваются ценности, принятые в данном обществе. Соответственно, автор использует концепты общечеловеческих ценностей – здоровье в данном случае. Для увеличения эмоционального воздействия на аудиторию адресант использует лексический повтор:

*My response is people deserve to have affordable health care -- period. Period, period, period.* – Joe Biden.

Тактика основывается на сравнении себя с оппонентом, чтобы показать собственные качества и убеждения в лучшем свете на фоне негативного образа противника:

*Look, the difference between the president -- I think health care is not a privilege, it’s a right. Everyone should have the right to have affordable health care*. – Joe Biden.

**Мольба, просьба**

Тактика основывается на позиционировании себя как слабого с целью вызвать жалость или просить защиты:

*And Mitch McConnell said, ‘Let him go bankrupt. Let him go bankrupt.’ Come on. What’s the matter with these -- …* – Joe Biden.

**Негативная оценка других**

В данной тактике коммуникант открыто обвиняет оппонента либо негативно оценивает людей или группу людей, связанную с противником:

*Joe Biden is going to terminate all of those policies. These are people that love the health care, people that have been successful -- middle income people -- been successful. They have 180 million plans, 180 million people, families under what he wants to do, which will basically be socialized medicine. He won’t even have a choice. They want to terminate 180 million plans.* – Donald Trump.

*When he talks about a public option, he’s talking about destroying your Medicare, totally destroying -- he’s destroying your Social Security. And this whole country will come down.* – Donald Trump.

*The bill that was passed in the House was a bailout of badly run high crime, Democrat, all run by Democrats, cities and states.* – Donald Trump.

**Запугивание**

В высказывании обнаруживается пролепсис (*Joe Biden, he’s running against*) и прием *framing*: (рамочное обрамление).

*He’s running against Joe Biden. I beat all those other people because I disagreed with them. Joe Biden, he’s running against.* – Joe Biden.

**Приписывание достижений на свой счет**

Самовосхваление призвано обратить внимание на результаты проделанной работы. Политик акцентирует положительную информацию о себе, сравнивая себя с оппонентом либо подтверждая компетентность своих действий положительной оценкой авторитетных организаций:

*And I am very proud of my plan. It’s gotten endorsed by all the major labor unions as well as, as well as a whole range of other people who in fact, are concerned in the medical field. This is something that’s going to save people’s lives. And this is going to give some people an opportunity, an opportunity to have health care for their children, ...* – Joe Biden.

*They say the stock market will rule if I’m elected. If he’s elected, the stock market will crash*. – Donald Trump.

**Преувеличение своих достижений**

*First of all, I’ve already done something that nobody thought was possible.* – Donald Trump.

Политик говорит о текущем уровне здравоохранения, который, очевидно, не был достигнут во время его нахождения на посту президента, а, скорее, является результатом десятилетий работы правительства:

*We have 180 million people out there that have great private health care, far more than we’re talking about with Obamacare.* – Donald Trump.

**Защитная самопрезентация** была реализована через следующие тактики:

**Оправдание с отрицанием ответственности**

Цель тактики оправдания с отрицанием ответственности заключается в сохранении положительного образа. Говорящий обозначает в качестве проблемы третье лицо либо намекает на свою невиновность. Адресант пытается отрицать вину за произошедшее, причастность к событиям, к группе людей, наличие какого-либо конфликта или проблемы:

*Thirdly, the idea that I want to eliminate private insurance -- the reason why I had such a fight for, with 20 candidates for the nomination, was I support private insurance. That’s why I did not -- not one single person, private insurance, would lose their insurance under my plan, nor did they under Obamacare. They did not lose their insurance, unless they chose they wanted to go to something else.* – Joe Biden.

**Препятствовать самому себе**

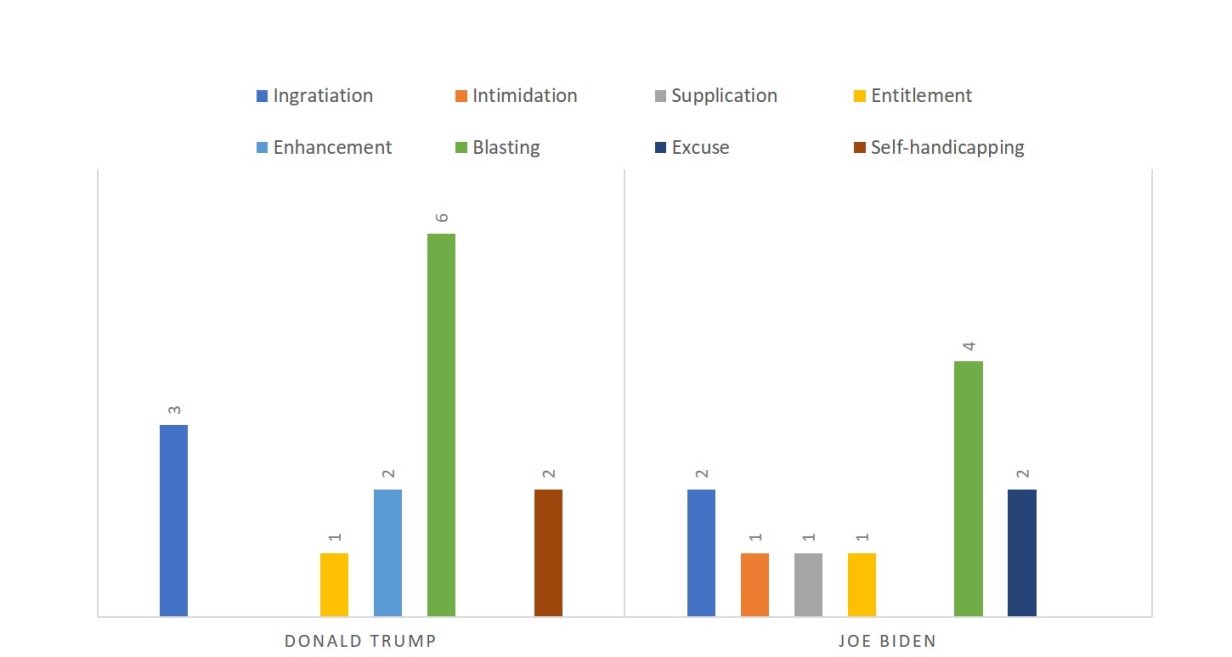
Цель тактики заключается в создании препятствий для того, чтобы быть успешным и избавиться таким образом от оценки наблюдателями того или иного действия.

В первом примере Дональд Трамп в качестве преграды обозначает председателя Палаты представителей Нэнси Пелоси:

*But I still have to get, unfortunate – that’s one of the reasons I think we’re going to take over the House, because of her.* – Donald Trump.

В примере препятствием явилась потенциальная волна эмиграции. Для усиления эмоционального воздействия использован лексический повтор слова *billions*:

It was a way of getting a lot of money, billions and billions of dollars to these cities. It was also a way of getting a lot of money from our people’s pockets to people that come into our country illegally. We were going to take care of everything for them. And what that does, and I’d love to do that, I’d love to help them. But what that does, everybody all over the world will start pouring into our country. We can’t do it. – Donald Trump.

Таким образом, количество используемых тактик самопрезентации отображено на рисунке 1:

*Рисунок 1. Статистика использования тактик самопрезентации*

Совершенно очевидно, что ассертивная презентация преобладает над защитной, что может быть обусловлено особенностью такого жанра, как дебаты.

Тактики негативной оценки (10) и желания понравиться (5) использовались политиками чаще всего, что делает их коммуникативный имидж несколько похожим – намерение оппонентов заключалось в представлении себя компетентными политиками, уже имеющими выдающиеся достижения и желающими исправить ошибки своего противника.

Однако стоит отметить, что использование тактик приписывания достижений на свой счет и преувеличение собственных достижений было свойственно Дональду Трампу. Это делает его имидж несколько провокационным из-за излишнего акцентирования внимания на собственной персоне, но в то же время политик выглядит «расслабленно» – он не защищается от нападок оппонента, а лишь заявляет о трудностях, вставших на его пути.

Достаточно контрастно на фоне своего оппонента выглядит Джозеф Байден, использующий и тактику запугивания для утверждения собственного авторитета, и тактику мольбы, чтобы представить себя в несколько ущемленной позиции.

Стоит отметить, что тактики отречения, оправдания с принятием ответственности и извинения в разделе *On the economy* выделить не удалось, что также может быть обусловлено жанром выступления, не подразумевающим признание ошибок из-за высокой необходимости утвердить правомерность нахождения политика у власти.

**Литература**

*Гофман Э.* Представление себя другим // Современная зарубежная социальная психология: Тексты / Под ред. Г.М. Андреевой, Н.Н. Богомоловой, Л.А. Петровской. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. С. 188-197.

*Клюев Е.В.* Речевая коммуникация. М.: Рипол классик, 2002. 320 с.

*Майерс Д.* Социальная психология. М.: Эксмо, 2002. 603 с.

*Мищук О.Н., Васильев Л.Г., Белова Е.В.* К трактовке самопрезентации в политическом дискурсе // Вестник Удмуртского университета Т. 30. Вып. 3. Серия: История и филология. 2020. С. 454-460.

*Стернин И.А.* Введение в речевое воздействие. М.: Рос. гос. библиотека, 2001. 228 с.

Debate transcript: Trump, Biden final presidential debate moderated by Kristen Welker / USA Today URL.: <https://www.usatoday.com/story/news/politics/elections/2020/10/23/debate-transcript-trump-biden-final-presidential-debate-nashville/3740152001/> (дата обращения 14.12.2020).

*Suk-Jae Lee, Brian M.* *Quigley, Mitchell S. Nesler, Amy B. Corbett, James T. Tedeschi.* Development of a Self-presentation Tactics Scale // Personality and Individual Differences. 1999. № 26. P. 701-722.

**Daria S. Grigorash**

**Natalia V. Korobova**

**STRATEGIES FOR BUILDING A SPEECH IMAGE**

**(BASED ON THE SPEECHES OF MODERN**

**ENGLISH-SPEAKING POLITICIANS)**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*The article presents the content of such concepts as “communicative image”, “communicative strategy” and “communicative tactics”, and also describes the method of speech analysis using the example of texts related to the sphere of US political discourse, namely presidential election debates. Special attention is paid to the two-component model of self-presentation and its tactics. It is concluded that certain communication strategies can be a characteristic feature of modern political debates.*

***Keywords.*** *Self-presentation, strategies and tactics of self-presentation, two-component model, image of a politician.*

**УДК 316.774**

**Ольга Ивановна Димитричева**

**ЯЗЫК НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ КАК ВИДА ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

***Нижегородский государственный лингвистический университет***

***имени Н.А. Добролюбова***

*Рассматриваются особенности восприятия наружной рекламы как вида коммуникации в современном обществе. На конкретном примере выявлено, что при создании актуальной рекламы необходимо учитывать психологические факторы восприятия цвета и содержательное наполнение текстовой составляющей наружной рекламы.*

***Ключевые слова.*** *Наружная реклама, визуальная коммуникация, цветовая гамма.*

Наружная реклама с одной стороны является одним из самых популярных видов рекламы, с другой – это вид визуальной коммуникации. К наружной рекламе относится информация, представленная в виде изображений и / или надписей, которую располагают на сооружениях, зданиях, а также на специальных конструкциях, элементах уличного оборудования и над проезжей частью. Данный вид рекламы рассчитан на визуальное восприятие. Наружная реклама сообщает информацию потенциальному покупателю. От ее информативности зависит спрос на рекламируемый товар.

При создании наружной рекламы необходимо помнить о ее преимуществах и недостатках.

Одной из особенностей наружной рекламы является размер плаката, который сам по себе привлекает внимание. Большинство плакатов выполнены в цвете, поэтому сюжет не только привлекает внимание, но и закрепляется в памяти потребителя. Необходимо правильно выбрать место для плакатов, что будет способствовать эффективности рекламной кампании.

Основные преимущества наружной рекламы – географическая избирательность (наружная реклама должна быть расположена недалеко от места продаж), долгое функционирование сообщения, возможность сочетания текста и цветного изображения, низкие финансовые затраты.

Недостатки наружной рекламы заключаются, как это ни парадоксально, в краткости и простоте сообщения, что накладывает определенные ограничения на творческий подход; кроме того, наружная реклама редко привлекает заинтересованное внимание читателя; отвлекает внимание водителей от дороги; требует регулярного контроля состояния рекламных конструкций из-за атмосферных явлений, которые могут привести к ухудшению качества изображения.

В настоящее время огромное количество организаций используют наружную рекламу.

Так, например, компания «Привозъ» открыла свои магазины в Нижнем Новгороде в 2016 году. В данных магазинах продается мясная продукция от разных поставщиков. Продукция поставляется из Тверской, Ивановской, Белгородской и Нижегородской областей. На данный момент в Нижнем Новгороде и Нижегородской области открыто 12 магазинов этой компании. Также действует доставка мясных продуктов, полуфабрикатов, готовых блюд и других продуктов питания. При оформлении заказа на сайте клиентам предоставляется подарок.

Данная организация позиционирует свои магазины как магазины со строгими санитарными нормами, честной ценовой политикой и прозрачной кухней.

У магазинов «Привозъ» массивная наружная реклама. Компания использует растяжки, вывески и плакаты. К сожалению, в данной рекламе не указан и не отображен профиль магазинов (род деятельности компании). На плакатах и баннерах используется два основных цвета – желтый и красный. Подобранная цветовая гамма не подходит магазинам такого формата. Потенциальные потребители могут не узнать данный магазин и не зайти в него из-за того, что на наружной рекламе отсутствует какое-либо обозначение профиля. Компания предлагает привезти товар, даже со скидкой, но непонятно, какой товар.

Из-за неверно оформленных баннеров и плакатов в «офлайн» продажи ниже, чем могли бы быть. В связи с этим можно сделать вывод, что оформление наружной рекламы у магазинов «Привозъ» необходимо модернизировать, исходя из психологии потребительских мотивов.

В рекламном сообщении одним из самых главных элементов общего внешнего вида является цвет. Для создания рекламной кампании усиленного воздействия необходимо верно подобрать цвет по разным сегментам потребительского рынка. В рекламе всегда необходимо учитывать выбор цветовой гаммы, распределение и соразмерность красок.

Реакция на цвет и ассоциации с ним обусловливаются установкой личности, которая определяется как индивидуальная манера поведения, выбранная человеком. Данная установка непосредственно затрагивает личностные мотивы человека, поэтому тот, кто овладеет языком мотивов и сумеет их правильно интерпретировать, сможет быстрее ориентироваться в ситуации и адекватно выстраивать рекламную стратегию.

Существует понятие индивидуального предпочтения, однако, есть и основные характеристики цветовой тональности, использование которых открывает возможность эффективного влияния на потребителя. Цветовая гамма рекламы оказывает на потребителя эмоциональное воздействие, никого не оставляя равнодушным, поэтому каждый рекламный проект начинается с выявления такого цветового решения, которое может вызвать спрос на товар в самые короткие сроки. Здесь необходимо учитывать, насколько сочетание цветов будет гармоничным, не раздражающим.

Цветовой контраст основан на гармонии дополнительных цветов и применяется для привлечения внимания. Дополнительным к красному цвету является зеленый, к оранжевому – голубой, к жёлтому – синий. Поэтому текст, напечатанный синими буквами на жёлтом фоне, в цветовом отношении будет выглядеть ярче, чем на каком-либо другом. Контрастное сочетание цветов используется для создания яркой, броской, кричащей рекламы.

Цветовое решение рекламы зачастую зависит от категории продвигаемого товара. Правильно подобранный цвет способствует возникновению ассоциаций, формированию символических образов, которые приводят к покупке [Пирогова 1998: 21]. Под влиянием цвета меняется эмоциональный настрой покупателей, поэтому то, что окажется эффективным для рекламы сети супермаркетов, может не подойти для рекламы ювелирных изделий.

Использование цвета в рекламе формирует у потребителей стереотипы восприятия. Цвет должен соответствовать объекту рекламы. Если рассматривать в качестве примера табачную продукцию, сигареты из крепкого табака находятся в пачке красного цвета, лёгкие – в пачке синего или голубого цвета, суперлёгкие – в серебристой пачке, ментоловые – в пачке зелёного цвета.

Для магазина мясных продуктов лучшего всего использовать цветовую гамму, состоящую из красного, бежевого (ближе к цвету пергаментной бумаги) и зеленого цветов. Красный цвет должен быть акцентным, т.к. он вызывает у потребителей аппетит. Бежевый цвет отлично разбавит такой сильный и контрастный цвет, как красный.

«Вопреки видимости нагромождения, – писал Ж. Бодрийяр, – которое является самой рудиментарной, но и самой впечатляющей формой изобилия, предметы организуются в наборы, или в коллекции» [Бодрийяр 2006: 5]. Вероятно, следуя его концепции, магазины мясной продукции представляют покупателям и другие товары (чай, кофе, готовые блюда, овощи, фрукты, молочные продукты и т.д.). Поэтому в дополнение к красному и бежевому цветам был выбран зеленый цвет. Данный цвет у потребителей ассоциируется со свежестью и вызывает доверие. На плакатах необходимо разместить изображения продукции, которая продается в этих магазинах, чтобы люди имели представление о товаре. Используя оригинальные фотографии продукции, компания повысит актуальность и уникальность рекламы и вызовет доверие среди потребителей.

Шрифт для рекламного сообщения лучше использовать тот, который наиболее ярко передаст тематику продаваемой продукции. Текст несет смысловую нагрузку, поэтому должен быть легко читаемым.

Таким образом, в наружной рекламе широко используется такой инструмент, как цвет. С помощью цвета можно управлять эмоциями, ощущениями и желаниями потребителя. Этот инструмент по-разному влияет на людей, поскольку восприятие цвета зависит от гендерной принадлежности, возраста, национальных особенностей и т.д. Но необходимо помнить и о текстовой наполняемости рекламы, поэтому кроме радости от встречи с покупателем и скидок, представленных в наружной рекламе компании «Привозъ», следует указать сферу деятельности компании.

**Литература**

*Бодрийяр Ж.* Общество потребления: его мифы и структуры. Пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской. М.: Республика; Культурная революция, 2006. 268 с.

*Пирогова Ю.К.* Скрытые и явные сравнения // Реклама и жизнь. 1998. № 5. С. 18-25.

**Olga I. Dimitricheva**

**THE LANGUAGE OF OUTDOOR ADVERTISING**

**AS A METHOD OF VISUAL COMMUNICATION**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*The features of perception of outdoor advertising as a type of communication in modern society are presented. It is revealed by a concrete example that when creating an actual advertisement, it is necessary to take into account the psychological factors of color perception and the content of the textual component of outdoor advertising.*

***Keywords.*** *Outdoor advertising, visual communication, color scheme.*

**УДК 81`27**

**Валерия Дмитриевна Енина**

**Лариса Николаевна Кудряшова**

**ВЛИЯНИЕ СМИ НА СОВРЕМЕННУЮ**

**ЯЗЫКОВУЮ КУЛЬТУРУ**

***Нижегородский государственный лингвистический университет***

***имени Н.А. Добролюбова***

*В статье рассматриваются особенности влияния средств массовой информации на современную языковую культуру. Язык СМИ по-своему обогащает литературный язык. Нельзя, однако, не замечать многочисленных отступлений от нормы, оказывающих на него негативное воздействие. В связи с масштабностью и необратимостью данного процесса остро встает вопрос о защите и сохранении языковой традиции и культуры речи.*

***Ключевые слова.*** *Язык, языковая норма, средства массовой информации, информационно-коммуникативное пространство, средства коммуникации, интернет-жанр.*

Исследование влияния средств массовой информации (СМИ) на современную языковую культуру и ее динамику является одной из непростых, постоянно развивающихся и крайне важных проблем в языкознании. Множество работ таких медиалингвистов, как Л.Р. Дускаева, В.В. Васильева, Т.Г. Добросклонская, Н.А. Христова, М.Н. Володина и др., посвящены анализу данного феномена, определению факторов и первооснов постоянно изменяющегося влияния. В работах указанных авторов разработаны и методы минимизации негативного воздействия языковых вульгаризмов.

Актуальная задача ученых, которых интересует влияние СМИ на функционирование языка с учетом социальных, психологических, культурных и политических аспектов жизнедеятельности человека, заключается в изучении современных коммуникативных структур, которые «оказывают воздействие не только на отдельные органы чувств, но также на всю нервную систему человека, работу его памяти, концентрацию внимания, на способы мышления, формирование и проявление воли, на развитие и проявление личности вцелом» [Глушач, Кинфу 2019: 151].

Цель же состоит в том, чтобы выделить отрицательные и положительные аспекты процесса, ведущего, с одной стороны, к снижению культуры речи населения, а с другой стороны, к расширению и углублению человеческих знаний.

Среди основных проблем воздействия СМИ на компоненты упомянутой коммуникации можно выделить следующие: изменение языковых и стилистических норм, конституирование фигуры автора и его эмоционально-оценочного отношения, чрезмерное употребление заимствованных слов. Именно поэтому возникает необходимость более детального исследования воздействия современных средств коммуникации на трансформацию русского языка.

Важнейшим предметом исследования являются как традиционные, так и новые источники информации (телевидение и радио, социальные сети и интернет-площадки). Они выступают главными носителями актуальной информации, которая обрабатывается и впоследствии передается в определенной установленной форме. Передача данных от источника к конечному потребителю – читателю или слушателю – возможна посредством языка СМИ. Медиалингвист М.Н. Володина называет его «особым языком социальной интеракции, имеющим собственные формы выражения, структурирующие наше восприятие, создающие новые значения и конструирующие <…> особые “информационные построения действительности”, которые могут определяться и стремлением к документальности, и реальностью, и вымыслом, и даже иметь виртуальный характер» [Володина 2008: 3].

Восприятие языка СМИ происходит интуитивно: запоминание и воспроизведение выражений, используемых блогерами, журналистами, корреспондентами и репортерами, подражание их речевой стилистике. «Глобальная интернетизация человечества необратимо ведет к изменению психики, образа мышления, поведенческой логики индивида» и «особенности мышления средне-статистического пользователя социальных интернет-сетей все более сводятся к примитивизации и обобщению» [Егорова 2014: 2626].

На современном этапе развития массовой культуры одной из наиболее популярных разновидностей СМИ является Интернет, оказывающий наибольшее воздействие на трансформацию элементов русского языка. В январе 2021 года *Digital* (интернет-проект, который анализирует цифровую сферу современного общества) провел исследование сетевых коммуникативных площадок.

Согласно полученным данным, россияне ежедневно проводят 33% своего времени (7 ч. 52 мин.) в Интернете, 10% (2 ч. 28 мин.) – в социальных сетях. Результаты исслеждования показывают, что Интернет – это неотъемлемая часть современного общества, которая, с одной стороны, облегчает и улучшает уровень человеческой жизни, с другой стороны, неизбежно снижает уровень грамотности и культуры речи населения.

Исследования устных источников массовой коммуникации (телевидение, *YouTube* и др.) свидетельствуют о преобладании кратких диалогов, снижении навыков монологической передачи информации, использовании неподходящих и непродуманных высказываний. Анализ письменных источников (газет, журналов, социальных сетей и др.) выявил сокращение объема текстовых материалов, доминирование коротких сообщений, допущение большого количества ошибок как грамматического, лексического, пунктуационного, так и стилистического характера: «**ихний**ребенок», «**роспись** начальника», «произведен **розыск**»*,* «**шарахаются** по улицам», «не хватало **двести** рублей»,«**мониторить**ситуацию» и др.

Использование инструментария Интернета в первую очередь способствовало возникновению новых жанров публичной и межличностной коммуникации, среди которых особый интерес вызывает политический твиттинг – «интернет-жанр, обеспечивающий общение с помощью интернет-сервиса Твиттер в сфере политической интернет-коммуникации» [Горошко, Полякова 2014: 92]. Данная социальная сеть, к примеру, стала одним из основных инструментов реализации политики Дональда Трампа – 45-го президента США. «Политик придерживается основных стратегических линий речевого поведения, характерных для данного типа общения, – информационной, эмотивной, контактной и координационной, используя определенные механизмы активации, а именно положительную самопрезентацию, риторическую категорию разговорности, сюжетность повествования, аксиологическую рамку для характеристики событий, соратников и оппонентов, запоминающиеся образы и др. На странице Д. Трампа происходит постоянный эмоционально насыщенный диалог с аудиторией» [Харламова 2018: 402].

Стоит обратить внимание и на другие интернет-жанры: личный блог, персональный сайт, социальная сеть и др. Личный блог позволяет выражать субъективное мнение о различных событиях, происходящих в обществе. Персональный сайт помогает языковой личности преподносить себя и свою деятельность. Социальная сеть дает возможность человеку или группе лиц удаленно коммуницировать на предусмотренных интернет-площадках.

Эмоционально-оценочная тональность текстового материала выступает важнейшей особенностью современного языка СМИ, которая проявляется с помощью субъективизации, интертекстуализации и диалогизации.

Сущность субъективизации раскрывается посредством усиления личной позиции автора, демонстрации его эмоционально-оценочного отношения к сообщаемой информации. Важное свойство субъективизации – демократизация языка, которая «позволила человеку говорящему раскрепоститься, увеличила долю спонтанной публичной речи <…> раздвинула границы выразительных возможностей языка» [Вепрева, Мустайоки 2006: 141].

Интертекстуализация представляет собой противопоставление субъективизации, поскольку подразумевает увеличение роли инородного слова с помощью упоминания других авторов и использования ссылок на другие материалы, которые помогают достичь правдивого, точного эффекта передачи информации. Основным критерием интертекстуальности является «чужое слово», под которым деятели в области современного языкознания понимают «не просто фрагмент иного текста в виде цитаты <…>, а фрагмент текста иной функциональной направленности. Это могут быть фрагменты документов, исторические факты, фрагменты языка химии, элементы публицистики: названия газет и газетных статей, выдержки из них, элементы рекламы» [Застёла  2009:  199].

Процесс диалогизации подразумевает увеличение роли диалогов в сравнении с монологами, а также расширение их значимости в текстах СМИ.

Новая языковая парадигма концентрируется на том, что происходящие в обществе процессы демократизации и глобализации ведут к увеличению заимствований, а также широкому их распространению. Согласно мнению языковеда Н.А. Христовой, «система ценностей и познавательных структур, овнешненная русским языком, уничтожается – популяризируется американский вариант английского языка и вместе с ним американская культура с ее системой ценностей» [Христова 2006: 8].

Вследствие регулярного взаимодействия человека с материалами СМИ интегрируются новые слова, которые заменяют уже существующие: «краш» – человек, который нравится, «рофл» – очень громко смеяться, «изи» – легко, «хайповый» – модный. В современном русском языке все чаще встречаются слова, заимствованные из иностранных, прежде всего – английского, что можно наблюдать не только в повседневной речи, но и в материалах СМИ: *to chill* – «чилить» (отдыхать), *to ban* – «банить» (блокировать в интернете), *bullying* – «буллинг» ­(травля), *a hater* – «хейтер» (ненавистник) и др. Большинство слов уже успешно ассимилировались в русском языке и не воспринимаются нами как заимствования («файл», «грант», «брифинг», «дефолт» и др.). Это в первую очередь относится к словам, которые не имеют аналогов в русском языке и требуют определенных усилий в описании («омбудсмен», «викиальность», «орфанный препарат», «виктимология» и др.). Однако некоторые, хотя и расцениваются неоднозначно, выполняют важную контекстуальную роль.

Русский язык, имея богатый синонимический ряд, позволяет в нужной степени донести и раскрыть желаемую мысль. Тем не менее в настоящее время именно заимствования берут на себя эту роль: появляются такие слова, как «промоушн», «ремикс», «флаейр», аналоги которых существуют в русском языке, но они являются маркерами определенных коммуникативных пространств, нуждающихся в различении.

Нельзя не заметить исчезновение границ между литературным и разговорным стилями языка на почве популяризации речевых оборотов СМИ. Проведенный анализ средств массовой информации демонстрирует приближение публичной речи к просторечной, чрезмерное использование сокращений, появление присущих разговорному языку жаргонизмов, диалектизмов, идиологизмов: *Ну и* ***бичом*** *сбора больших баз данных в России до сих пор остается сохранение личной информации граждан, обеспечение ее недоступности для мошенников и рекламных служб бизнес-структур* (Время Н, 30.11.2020); *Хотелось бы верить, что* ***тренд****по благоустройству городских территорий, усилия по приданию нашему городу приличествующего его статусу вида, будут продолжены и после празднования юбилея* (Время Н, 13.11.2020); *Ветер будет* ***задувать*** *юго-восточный, а его скорость может варьировать от 2,6 до 5,8 метра в секунду* (Комсомольская правда – Нижний Новгород, 14.12.2020); *Думаю, с такой поддержкой* ***город ждет*** *светлое будущее* (Правда ПФО, 04.12.2020). Выборочный анализ печатных средств массовой информации показывает большое количество языковых и стилистических ошибок. Это связано со снижением уровня грамотности среди журналистов и с отсутствием необходимого времени на проверку и корректуру материалов.

Конечно, нельзя в данном случае говорить исключительно о негативном воздействии СМИ на функционирование языка, ведь массмедиа помогают человеку расширять существующие границы его познания. Транслируются учебно-просветительские и культурно-воспитательные передачи, формируются установки на здоровый образ жизни, повышается интерес к саморазвитию и самообразованию благодаря прочтению современной литературы, просмотру обучающих лекций в Интернете. Стоит также отметить, что средства массовой коммуникации ускоряют процесс глобализации информационно-коммуникативного пространства, способствуют расширению человеческих знаний. В современном обществе существование человека невозможно без Интернета, помогающего во всех сферах деятельности.

Основными причинами его использования, по результатам исследования *Digital*, являются поиск информации (63%), поддерживание отношений с друзьями и близкими (56,3%), осведомленность об актуальных новостях и событиях (55,6%), просмотр видео, фильмов, телепередач (51,7%). Интернет служит средством не только развлечения, но и коммуникации, обучения, культурологизации.

Таким образом, можно сделать вывод, что влияние массмедиа на современную языковую культуру огромно и необратимо – оно носит как негативный, так и положительный характер. Поскольку СМИ обладают таким влиянием, они играют одну из ведущих ролей в формировании субъективного мнения, а впоследствии и общественного, для достижения поставленных целей. СМИ задают характерные для массовой культуры образцы и модели поведения, которые влияют на общество, формируя или изменяя сознание человека и его ценностные ориентации.

Следует обратить внимание на то, что не только массмедиа влияют на языковую культуру, но и она естественным образом воздействует на них. Массмедиа – это зеркало, отражающее в себе все тенденции языка и его формы. Язык СМИ, будучи динамичным по своей сути, быстро принимает на себя все общественные изменения.

Происходящие в языковой культуре процессы свидетельствуют об усилении влияния СМИ на образ жизни человека. Однако без него самого и его деятельности не было бы Интернета, газет и других средств массовой информации. Поэтому нужно проявлять повышенный интерес к защите и сохранению русского языка от внешнего вмешательства.

В настоящее время создаются группы в социальных сетях, которые напоминают современному поколению о существовании литературного русского языка и его нормах (сообщества в медиа-пространстве «Я люблю русский язык!», «Филолог – состояние души», «Адепт Розенталя» и др.). Современные лингвисты публикуют книги о чистоте русского языка и любви к нему (П. Масалыгина «Большая книга о великом и могучем русском»; М. Аксёнова «Знаем ли мы русский язык?»; В. Алпатов «Языкознание: от Аристотеля до компьютерной лингвистики» и др.); фонды привлекают внимание широкой общественности к вопросам грамотности (образовательное мероприятие «Тотальный диктант», проект «Грамотность» и др.).

**Литература**

*Вепрева И.Т., Мустайоки А.* Детабуляция в современном русском языке и тревожная лексика // Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте словесности: Коллективная монография. Труды Уральского МИОНа. Вып. 20. Екатеринбург: Изд-во Урал.ун-та, 2006. 565 с.

*Володина М.Н.* Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М.Н. Володиной. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. 760 с.

*Глушач Н.Н., Кинфу З.Т.* Человек-встраиваемый (Homo-Integer): нейронные связи Интернета // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: Сборник статей III Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 25 апреля 2019 г.: Т. 1 / под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. Москва: РУДН, 2019. С. 150-157.

*Горошко Е.И., Полякова Т.Л.* Политический твиттинг как новый жанр интернет-коммуникации // Вопросы психолингвистики. 2014. № 19. С. 92-103.

*Егорова А.Г.* Сетевое мышление: деградация или прогресс? // Фундаментальные исследования. 2014. № 9 (часть 12) С. 2626-2629.

*Застёла К.С.* Интертекстуальность как составляющая художественного текста // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2009. № 110. С. 197-201.

*Харламова Т.В.* Социальные сети как инструмент современной политической власти (на материале микроблога Д. Трампа в Твиттере) // Известия Сарат. ун-та. Нов. сер. Серия: Филология. Журналистика. 2018. Т. 18. Вып. 4. С. 396-402.

*Христова Н.А.* Нарушение языковой нормы в текстах СМИ: влияние на познавательные структуры индивида: Дис. … канд. филол. наук. М., 2006. 206 с.

**Valeria D. Enina**

**Larisa N. Kudryashova**

**THE INFLUENCE OF THE MEDIA**

**ON MODERN LANGUAGE CULTURE**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*The article studies the features of the media influence on modern language culture. The language of the media enriches the literary language in its own way. However, one cannot fail to notice the numerous deviations from the norm that have a negative impact on it. In connection with the scale and irreversibility of this process, the question of protecting and preserving the language tradition and culture of speech arises.*

***Keywords.*** *Language, language norm, media, information and communication space, means of communication, Internet-genre.*

УДК **811.11**

**Анна Олеговна Киселева**

**Анна Владимировна Жиганова**

**ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ГЛОБАЛИЗИРУЮЩЕМСЯ МИРЕ**

***Нижегородский государственный лингвистический университет***

***имени Н.А. Добролюбова***

*В статье представлен анализ особенностей использования английского языка в современном немецкоязычном дискурсе. Рассмотрены подходы к изучению процесса глобализации. Также сформулированы особенности функционирования англицизмов в немецких СМИ.*

***Ключевые слова.*** *Глобализация, английский язык, немецкий язык, языковой контакт.*

Современное общество, характеризующееся активными процессами глобализации и интернационализации, стремительным развитием информационных технологий и коммуникаций, открывает широкий спектр возможностей для участия людей в межкультурной коммуникации, оставляя в прошлом любые препятствия для её осуществления. Английский, получивший глобальное распространение, объединил представителей различных языковых семей, начав функционировать в качестве языка международного общения (далее АЯМО). Подобные социокультурные изменения, в свою очередь, оказали значительное влияние на иноязычный образовательный процесс, в котором руководящий принцип нормативности уступил место прагматической приемлемости.

Цель исследования – изучение функциональных особенностей использования английского языка в современном глобализирующемся мире.

Глобализация, которая определяется исследователем данного феномена X.A. Барлыбаевым как «многомерный, объективный процесс становления глобальной общности людей в масштабе всего человечества в единстве с природной сферой планеты Земля» [Барлыбаев 2003: 24], пытается нивелировать локальные формы и нормы жизнедеятельности людей общемировыми, привести к формированию единообразия, способствовать распространению принципа свободы личности, ликвидации барьеров, препятствующих общению между людьми и нациями в материальных, интеллектуальных, духовных, этических, эстетических формах.

Большинство ученых сходятся во мнении о том, что процесс глобализации является неизбежным, поскольку многие из возникающих в мире проблем и вопросов не могут быть разрешены автономно, изолированно (экологический кризис, миграционный кризис и др.), и охватывает при этом почти все сферы общественной жизни:

1. политическую – возникновение наднациональных единиц: политических и военных блоков (НАТО), коалиций правящих групп («Большая семерка»), всемирных международных организаций (ООН); контуров будущего всемирного правительства (Интерпол); политической однородности (демократизация).
2. экономическую – создание универсального, единого экономического механизма; усиление мировых экономических соглашений; возрастание роли многонациональных и транснациональных корпораций (*Toyota*, *Apple*, *Unilever*, *Mars*), международное разделение труда (МРТ).
3. социальную – исчезновение деревень как следствие урбанизации; распространение общечеловеческого принципа социальной справедливости (уважение фундаментальных прав и свобод человека).
4. культурную – владение совместным культурным опытом (спортивные олимпиады, музыкальные концерты и др.); распространение сети Интернет; усиление роли средств массовой информации; унификация вкусов, восприятий, предпочтений (*Coca-Cola*, *Starbucks*); развитие культурного обмена (туризм, программы по обмену студентами); появление языка международного общения – английского.

Несмотря на неотвратимость процесса глобализации, отношение к данному феномену среди научного сообщества остается противоречивым. Одни воспринимают его как мощную, трансформирующую силу, способствующую эволюции общества: «Я продолжаю верить в то, что глобализация, т.е. устранение барьеров на пути свободной торговли и более тесная интеграция национальных экономик, может быть доброй силой, и в то, что в ней заложен такой потенциал развития, который способен улучшить жизнь всех жителей Земли, в том числе и тех, кто сейчас беден» [Стиглиц 2003: 7]. Другие видят в ней распространение идей западного модернизма (вестернизацию, американизацию), навязывание ценностей развитых индустриальных стран другим обществам. Так, например, исследователь В.И. Самохвалова (2003) считает, что глобализация обостряет проблему неравенства и неравномерности общественно-экономического развития различных стран, принося выгоду только наиболее развитым государствам, в первую очередь США.

Семантическое освоение представляет процесс, в результате которого английское слово входит в систему понятий немецкого языка. Немецкие заимствования, употребляющиеся в речи, семантически освоены в процессе контактов и являются названиями реалий и понятий (нем.: *Sofa*; *Bluse*, *Blouson*, *Jeans*, *Smoking*; *Demokratie*, *Diktatur*, *Pluralismus*, *Populismus*; *Aktie*, *Dividende*, *Kredit*; *Axiom*, *Hypothese*, *Theorie*; *Basketball*, *Volleyball*, *Eishockey*, *Tennis*, *Fußball*; *Bus*).

Проблема английских заимствований в современном немецком языке *Denglish* обусловлена процессами мондиализации и глобализации и требует особого подхода лингвистов к чистоте и благозвучию, индивидуальности и сохранению колорита национального языка.

Процесс распространения *Denglish* (денглиш – англо-немецкийязык) связан с аспектами его развития и употреблением в повседневной речи, выбором в пользу исконно немецких слов. *Denglish* развивается за счёт политических, общественных и социальных, культурных контактов, интенсивного взаимодействия между английским и немецким языками. Фонд *Denglish* отражает единство двух цивилизаций и воплощает коллективный исторический опыт. Благодаря *Denglish* образуются новые слова, что позволяет проследить сложность языковых процессов, переплетение внутренних и внешних явлений в немецком языке, воздействие на звенья языковой структуры.

Англицизмы, проникающие в немецкий язык, закономерно отражают активизировавшиеся экономические, политические, культурные, общественные связи и взаимоотношения Германии.

Через заимствования *Denglish* создаёт новый язык и новые языковые образцы, что ведёт к потере самобытности немецкого языка (ибо язык отражает образ жизни и образ мыслей), потере интереса к немецкому языку, немецкой литературе и культуре, косноязычию, снижению грамотности – и языковой и общей культуры. Зачастую в *Denglish* происходит неправильная семантизация слова вследствие несоответствия его семантики и словообразовательной структуры несмотря на семантическую освоенность слова.

Возникает предположение, что именно негативная оценка феномена глобализации привела к появлению ответной реакции на нее в виде парадокса, возникшего одновременно в целом комплексе современных наук и состоящего в том, что чем большую мощь и силу набирает глобализация, тем более востребованной становится локальная специфика.

Английский социолог Роналд Робертсон (1999) предложил использовать для описания данного явления термин *глокализация*, предполагающий усиление и сохранение региональных отличий на фоне мирового стремления к слиянию и унификации. Важно отметить тот факт, что Р. Робертсон оценивает представленный процесс как позитивный, поскольку глобальные и локальные тенденции, хотя и могут прийти в столкновение в конкретных ситуациях, в конечном счете, взаимодополняют и взаимопроникают друг в друга. Тем самым глокализация, основываясь на диалектическом взаимодействии глобального и локального, стремится, как отмечает А. Морита, к созданию «децентрализованного и справедливого мира, сочетая в себе принципы модернизации локальных культур с достижениями формирующейся глобальной мультикультурной цивилизации» [Малиновский 2002: 32]. Мировое развитие ускоряется за счет повышенного внимания к локальным проблемам, возросшей роли местной самобытности; происходит достижение единства в его многообразии. В первую очередь процесс глобализации связан с распространением английского языка.

Английские заимствования в немецком языке имеют свои особенности.

1. Языковая экономия играет очень важную роль, потому что среди заимствований есть легко произносимые, односложные слова, которые были заимствованы путём прямого перенимания из спортивной, культурной и пищевой областей: der Fan, der Hit, der Flip, der Gag, der Look, der Job, der Song, derStress, derTrend, das Top, derTest.
2. Многосложные слова, которые не имеют эквивалента в немецком языке, тоже перенимаются, но только для обозначения явлений в области политики, экономики и социальной сферы: das Know-how, das Establishment.
3. Среди англицизмов можно найти и обратные заимствования. Здесь чаще всего встречаются наименования блюд, например: der Hamburger вместо das belegte Brötchen.
4. Зачастую встречаются дословные кальки и переносы значения: longplaying – die Langspielplatte, birthcontrol – die Geburtskontrolle, worldwide – weltweit.
5. Множество сложных слов с английскими компонентами, из которых можно составить целый ряд слов: derMöbel-Spray, derDeo-Spray, der Reinigungsspray.

Примечателен ещё и тот факт, что заимствования из английского в земли бывшей ГДР пришли преимущественно через русский язык, например: der Cocktail, der Dispatcher, das Festival, das Meeting, der Toast.

В заключение необходимо подчеркнуть, что влияние английского языка на немецкий язык чрезвычайно сильно, что привело к возникновению гибридного языка *Denglish*. Англоязычные включения частотны в сообщениях немецкоязычных СМИ в силу их глобальной ориентации. Это говорит о том, что английский язык выражает ценности современного глобализирующегося мира.

**Литература**

*Барлыбаев Х.А.* Общая теория глобализации и устойчивого развития. М.: Издание Госдумы, 2003. 155 с.

*Малиновский П.В.* Глобализация 90-х годов: время выбора // Глобализация: контуры XXI. Ч. 1. М.: ИНИОН, 2002. С. 5-49.

*Стиглиц Дж. Ю.* Глобализация: тревожные тенденции / Пер. с англ. Г.Г. Пирогова. М.: Национальный общественно-научный фонд, 2003. 304 с.

**Anna O. Kiseleva**

**Anna V. Zhiganova**

**FUNCTIONAL FEATURES OF THE USE OF ENGLISH**

**IN A GLOBALIZING WORLD**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*The article analyses the peculiarities of the use of the English language in modern German discourse. The approaches to the study of globalization processes are presented. The study focuses on the functional features of Anglicisms in German media.*

***Keywords.*** *Globalization, English, German, language contact.*

**УДК 82**

**Александр Всеволодович Никитин**

**Елизавета Петровна Савруцкая**

**Дмитрий Владимирович Семенов**

**Сергей Васильевич Устинкин**

**ПРОБЛЕМА СВЯЗИ НРАВСТВЕННЫХ НОРМ И ЯЗЫКОВЫХ**

**МОДЕЛЕЙ**

***Нижегородский государственный лингвистический университет   
имени Н.А. Добролюбова***

*В статье рассматриваются проблемы влияния языка и речевой культуры на нравственные нормы, определяющие направленность ценностного сознания и мотивы поведения людей. В рамках философско-лингвистического подхода авторами доказывается, что факты и явления человеческой истории, закрепленные в языке, открывают смыслы, которые изменяются под влиянием изменений мира, оказывая тем самым формирующее воздействие на нравственный мир человека. Изменение смыслов, понимание и сохранение исторически накопленного социального опыта осуществляется посредством языка в определенных речевых обозначениях. Язык как путеводитель в социальной действительности обеспечивает связь настоящего, прошлого и будущего.*

***Ключевые слова.*** *Язык, речевая культура, диалог, нравственная норма, нравственный релятивизм, языковая реальность, коммуникативное действие, этнолингвистическая среда, социальный опыт, социум.*

Социокультурные процессы конца ХХ – начала ХХI вв. связаны с новыми тенденциями цивилизационного развития общества. Изменения в коммуникативном пространстве постиндустриальной цивилизации происходят прежде всего под влиянием возрастания роли средств массовой информации и глобальной сети Интернет, создающих условия как для увеличения общей доступности информации самым широким слоям населения, так и появления новых метаязыков культуры, расширения границ и возможностей виртуальной реальности.

В условиях, когда под влиянием процессов глобализации и углубляющейся интеграции всех сфер общественной жизни происходит размывание основ идентичности, разрушение традиционных форм коллективности и культурно-нравственного регулирования, объединяющих людей, язык становится одним из важнейших средств этнокультурной идентичности, сохранения историко-культурных традиций народов. Вместе с тем все более заметные очертания приобретают и обратные процессы – наметилась тенденция демассификации средств массовой коммуникации, отмечается возрастающее стремление к поиску новых, применительно к современным условиям, критериев национальной и культурной идентичности, происходит возрождение культурных традиций, пробуждается интерес к исследованию особенностей национального самосознания. В неменьшей степени наблюдается и сложнейший процесс превращения «массового человека» (Ортега-и-Гассет) в индивидуализированную личность, трудность социально-психологического состояния которой определяется тем, что она остается «человеком толпы» (Риссмен). Эти и многие другие процессы явились причиной необходимости разработки новых подходов к проблемам языка, речевой культуры, выявления их роли в упорядочении межкультурных, групповых, межличностных коммуникативных взаимодействий в сфере повседневности (А. Шюц).

На первый план философско-социологического осмысления особенностей коммуникативных процессов современности выдвинулась проблема диалога и понимания как феноменов, раскрывающих природу современной коммуникации, важнейшим опосредствующим звеном которой в ситуации «Я – Ты» является язык, несущий коммуникативную, информационную и эмоционально-психологическую нагрузку. В исследовании коммуникативных ситуаций, а также языковых и символических форм их осуществления заметно усиление влияния герменевтической традиции в понимании смыслов и исторических практик, обуславливаемых виртуализацией жизненного мира человека, а также трансформацией языковой картины мира. Наличие в коммуникативном пространстве современной цивилизации большого количества внеязыковых структур повседневности усиливает внимание к исследованию правил функционирования дискурсивных практик, прочерчивающих границу между языком и противостоящей ему реальностью (Р. Барт и М. Фуко).

Фрагментарность современного жизненного мира человека, который в своем поведении все меньше ориентируется на традицию, порождает новый тип коммуникативного поведения. Особенность последнего состоит в том, что, с одной стороны, современный человек все более нуждается в нравственных нормах регламентации своего поведения (К. Апель), а, с другой, – эти нормы все более вытесняются современными информационно-коммуникативными технологиями (в первую очередь имиджевыми и симуляционными), символическими формами языковых единиц общения, а также лексикой молодежной субкультуры, жаргонизмами, речевыми заимствованиями и т.д. Нравственный релятивизм возводится в ранг абсолюта, «освобождая» языковое поле коммуникации от понятий «добро», «зло», «честь», «совесть», «стыд», «долг» и т.д. Иначе говоря, в ценностном сознании современного человека происходит переориентация с должного на вседозволенное, с общепринятого, регулируемого правовыми и нравственными нормами, на индивидуально оцениваемое под углом зрения личной выгоды, удобства и материального благополучия. Из словарного состава языка повседневности уходят слова высокого литературного стиля, смысловая нагрузка которых имеет глубокие историко-культурные корни и подчеркивает духовно-нравственные отношения между людьми. Недавно в одной из школ Нижнего Новгорода ученикам 11-го класса было дано задание раскрыть значение некоторых слов литературного русского языка, которые в настоящее время практически не встретишь в обиходе повседневного общения. В списке предложенных вниманию учеников понятий было слово «благоговеть». В рассуждениях одного из школьников встретилась фраза горького признания реального состояния культуры родного языка. «Никто теперь не благоговеет, все торчат и тащатся». А ведь именно язык сохраняет мир культуры. Именно в языке осуществляется связь настоящего с прошлым и будущим. Факты и явления прошлого, закрепленные в языке, открывают смыслы, которые, изменяясь под влиянием изменений мира, сохраняют вместе с тем то духовное содержание, которое обеспечивает воздействие прошлого на настоящее. И в этом проявляется историзм речевой культуры, которая как особая форма социальности и сохранения историко-культурных смыслов является важнейшим средством обеспечения связи времен и поколений.

По словам немецкого философа ХХ века К. Апеля, условия развития современной цивилизации таковы, что существует глубокое противоречие между нарастающими тенденциями свободы, обеспечиваемой достижениями науки и техники, с одной стороны, а, с другой, – необходимостью нормативного регулирования поведения, благодаря чему возможно достижение взаимопонимания и консенсуса между людьми. По этому поводу автор отмечает: «… Не существует более типичного примера неравномерности развития секторов человеческой культуры, нежели диспропорция между экспансией научно-технических возможностей и тенденций к торможению, характерной для морали…» [Апель 2001: 264] Анализируя новые цивилизационные условия коммуникативного сообщества, К. Апель отмечает, что научно-техническая цивилизация «поставила все народы, расы и культуры… перед лицом общей этической проблематики… брать на себя солидарную ответственность за последствия своих действий в планетарноммасштабе» [Апель 2001: 265].

Анализ особенностей связи между *обозначением* явлений, т.е. словом или символом, и его влиянием на действия (поведение) людей представлен в исследованиях таких известных лингвистов, как Э. Сепир и Б. Уорф. Существуют, по их мнению, исторически сложившиеся связи между языком, культурой и нормами поведения. В языке заложены нормы мышления, оказывающие влияние на нормы и направленность (вектор) поведения. В этой связи Б. Уорф пишет: «Мы должны признать влияние языка на различные виды деятельности людей не столько в особых случаях употребления языка, сколько в его постоянно действующих законах и в повседневной оценке им тех или иных явлений» [Уорф 2003: 158].

Очевидно, что информационное поле, создаваемое современной цивилизацией, в условиях глубоких изменений в коммуникативной сфере социальной и виртуальной реальности способствует появлению множества независимых систем, многочисленных субкультур, размывающих «формальную завершенность» (Э. Сепир) любого языка. В результате происходит изменение смыслов, передаваемых посредством языка, а следовательно, и понимания исторически накопленного социального опыта, зафиксированного и передаваемого в процессе общественного развития в определенных речевых обозначениях. В данном контексте все более очевидным становится культурообразующая и культуросохраняющая роль языка как путеводителя в «социальной действительности» (Э. Сепир).

Язык как знаковая система, сформировавшаяся в ходе историко-культурного развития народов, выражает обобщенный опыт поколений, является важнейшим средством обеспечения социокультурной преемственности. Благодаря языку происходит переход общественно значимых смыслов в индивидуальное ценностное сознание личности, а также закрепление социальных значений в структуре коммуникативного поведения человека. В        исследовании особенностей коммуникативного действия, предполагающего достижение понимания и согласия, Ю. Хабермас последовательно доказывает духовно-нравственную направленность этого действия, ориентированного на диалог, на достижение консенсуса. Нравственная нормативность, находящая выражение в формах морального дискурса, исторически формировалась, по мнению Ю. Хабермаса, как условие социальности, как фактор культуры, как фрагмент жизненного мира человека, регламентируя отношения между людьми, обеспечивая тем самым сохранение и целостность социума. Изначально, пишет Ю. Хабермас, «интегрированная в нормах структура общественных отношений … имеет нравственный характер» [Хабермас 2000: 247].

Как форма выражения интерсубъективного опыта, языковая реальность все более вторгается в жизненный мир человека, порождая новый тип коммуникативного поведения – языковое взаимодействие. Очевидно при этом, что язык вносит в сферу человеческих отношений новые смыслы, новые механизмы управления коммуникационными процессами, новые формы координации поведения человека, новые критерии личностной определенности субъектов культурного взаимодействия.

Выполняя нагрузку адаптационного механизма при вхождении человека в предметно-вещественный и духовный мир социальной реальности, язык является средством культуры и необходимым условием социализации личности. В языке находит выражение и закрепляется этническая картина мира, формируется логика этноса. Диалогическое общение, исследование которого становится одной из центральных проблем философско-лингвистического анализа коммуникативных процессов второй половины ХХ – начала ХХI вв., рассматривается как непосредственное эмоционально-одухотворенное общение «Я» и «Другого», как актуальное событие, условием которого являются нравственные основания человеческих взаимоотношений. Слово выступает жизненным проявлением, высвечиванием сути взаимодействующих субъектов исторического процесса, пытающихся в речевых единицах выразить свой внутренний мир.

Есть, однако, еще один аспект рассматриваемой проблемы влияния факторов языковой культуры на духовно-нравственные основания и упорядочение коммуникационных процессов. Дело заключается в том, что в современных условиях, когда традиционные, на протяжении веков объединявшие людей формы коллективности и культурно-нравственного регулирования разрушаются, язык становится одним из важнейших средств закрепления и трансляции социального опыта. В этой связи мы рассматриваем язык как средство и условие упорядочения и обеспечения стабильности коммуникационных процессов, закрепления в них необходимой нравственной нормативности. Более того, пути сохранения этнокультурной индивидуальности, замыкающейся на семейных и групповых отношениях, общение в которых ориентируется на понимание, диалог и культурные факторы, определяются степенью устойчивости языковых норм и привычек. Очевидно, что процессы реальной практики борьбы за сохранение целостности и культуры языкового поля современного коммуникативного пространства свидетельствуют о понимании значения языка как коммуникативного кода, обеспечивающего самовоспроизводство социума на традиционных духовно-нравственных основаниях, благодаря чему обеспечивается процесс историко-культурной преемственности.

При этом необходимо учитывать и тот факт, что в организации информационно-коммуникативного пространства современной цивилизации появилось большое количество совершенно новых явлений, таких как фрагментарность и виртуализация жизненного мира человека, мозаичность культуры, потеря коллективной идентичности. Излишне говорить о том, что в этих условиях язык как символическая система вбирает в себя все разновидности социального опыта, формирующегося под влиянием изменяющихся обстоятельств повседневности. Но в силу своей консервативности язык надолго сохраняет речевые стандарты и нормы речевой культуры. Учитывая тот факт, что в языке заложены нормы поведения, очевидным положительным моментом консерватизма речевой культуры является возможность сохранения благодаря этой особенности тех нравственных ценностей, которые в первую очередь регламентируют поведение человека и отношения между людьми. Положительная роль лингвистической устойчивости способствует сохранению стандартов культуры речи и особенностей этнолингвистической культуры, несмотря на разноплановое влияние СМИ и Интернета на лингвокоммуникативную сферу современного социума.

Что касается сферы производства, науки, экономики, то здесь мы имеем несколько иную картину зависимости объективных процессов и их закрепленности в языке. Известно, что развитию рыночных отношений в 90-е годы ХХ века в России во многом мешало то, что «рыночники» и «государственники» говорили на разных языках. Отсутствие в российской экономической теории рыночной лексики в течение достаточно длительного времени оставалось существенным препятствием для достижения понимания с западными партнерами [Crum 2003: 39]. Однако благодаря современным информационным технологиям (СМК и Глобальной сети) заметна и тенденция выравнивания временных параметров изменений в культурной и этнолингвистической сферах, что связано с потребностями экономического и социокультурного развития той или иной страны.

Обозначенная в свое время Э. Сэпиром и Б. Уорфом в процессе разработки так называемой гипотезы лингвистической дополнительности проблема существующей связи между культурными (поведенческими) нормами и языковыми моделями имеет большой практический смысл в контексте современных проблем нравственного воспитания. Так, прослеживая исторические пути этнокультурного и нормативно-поведенческого развития, Б. Уорф отмечал, что в принципе поведенческие нормы и языковые модели сосуществовали синхронно, оказывая взаимное влияние. Однако в языке всегда происходило жесткое ограничение свободы выбора, т.е. строгое следование сложившейся языковой традиции, в то время как в поведенческой норме всегда ярче выражены элементы ситуативности и релятивизма. В силу этой особенности взаимозависимости и связи поведенческих норм и языковых моделей становится очевидной необходимость сохранения чистоты и культуры как родного языка, так и языка межнационального общения в странах, отличающихся многонациональным составом населения, коей является Россия.

Так называемое лингвистическое отставание имеет свои положительные и отрицательные стороны, что особенно заметно проявляется в современных условиях в сфере повседневности. Одна из особенностей связи языка и культуры состоит в том, что изменения в предметно-вещественной среде, духовно-ценностных ориентациях и формах коммуникативного действия, осуществляются быстрее, чем в языке. Однако, закрепившись в речевых единицах этнических общностей и социальных групп, языковые обозначения способны надолго удерживать сложившиеся образы мира, упорядочивая или разрушая системы существующих культурных стереотипов. В значительной мере «реальный мир», как совершенно справедливо утверждает Э. Сепир, «неосознанно строится на основе языковых привычек той или иной социальной группы» [Сепир 2003, 131]. К примеру, разрушающая сила трансформации русского языка в современных условиях скрыта за многообразием ранее устоявшихся форм речевого взаимодействия, все еще сохраняющихся историко-культурных традиций и этикетных поведенческих стереотипов. По мере же вхождения в процессы общественного развития новых поколений, вобравших в себя реалии вновь формирующихся стандартов языка, будет меняться и картина мира, и социокультурные смыслы, теряющие связь с историко-культурными традициями своей страны. Уже сейчас становится заметным, зачастую на неосознаваемом уровне, влияние передаваемой языковыми средствами информации на массовое поведение и ценностное сознание тех или иных групп населения. Особенно заметно эта тенденция проявляется в сфере политических установок и повседневных оценочных взглядов относительно социально значимых событий и явлений действительности.И в этом отношении весьма примечательно мнение некоторых отечественных аналитиков на предмет того, что одной из причин наших неудач на Олимпийских играх в Ванкувере является не всегда в полной мере осознаваемый, но оказывающий заметное влияние на мотивацию поведения духовный релятивизм в оценке России, формируемый в последние десятилетия в массовом молодежном сознании всей совокупностью социальных практик, тиражируемых по каналам СМК и Интернета.

Нельзя, вместе с тем, не принимать во внимание и другую особенность современного этапа общественного развития, когда к условиям новых цивилизационных факторов, вызванных развитием информационного общества, добавляются и сложные духовные процессы, порождаемые изменениями в политической и экономической сферах жизни страны. Особенно это ощутимо в условиях России. Многообразие трудностей и противоречий становления новой российской социальной реальности не могло не привести к разрыву духовно-нравственной преемственности, частичной потере культурно-национальной идентичности и нарастающей духовной опустошенности молодых поколений, стоящих перед проблемой собственного выбора ценностных ориентаций и жизненных установок, зачастую не имеющих возможности опереться на социокультурный опыт старших поколений. Очевидно, что в условиях маргинализации отечественной культуры произошло критическое ослабление нравственно-нормативной регуляции, повлекшей за собой расширение возможностей и форм правового нигилизма и нравственного релятивизма, разрушение культуры речевого общения, что повлекло за собой обилие форм отклоняющегося поведения.

Анализ особенностей современной коммуникативной ситуации в мире в целом и в России в частности показывает, что на ценностные ориентации и мотивацию поведения молодежи наибольшее влияние оказывает фактор языковой культуры, изменяющий содержание и направленность коммуникационных процессов. Отмечая, что в современных условиях одним из определяющих механизмов передачи и закрепления социального опыта и ценностных ориентиров является язык, становится очевидной та роль СМК и Интернета, которую они играют в формировании ценностного массового сознания молодежи.

Очевидно, что принятие молодыми поколениями требований социокультурной среды и старших поколений было всегда связано с определенными трудностями. Однако последние преодолевались устойчиво сохраняющимися традиционными нормами и механизмами регламентации отношений между людьми. Молодежь всегда выступала в роли носителя нового, зачастую противопоставляемого общепринятому, утвержденному вековыми традициями и закрепленному в языке. Но в условиях замкнутых коммуникативных систем доиндустриальных и ранних индустриальных обществ она могла опереться на опыт предшествующих поколений, использовать социальные механизмы социокультурной идентификации и адаптации. В решении же современных проблем, связанных с процессом становления гражданского общества в России и особенностями цивилизационного развития информационного общества, молодежи зачастую самой приходится выбирать социальные и культурные ориентиры сообразно тем реальным условиям, в которых происходит формирование ее политических и нравственных установок и духовных приоритетов. Поэтому конструирование социальной реальности ХХI века, «образ» мира ближайшего будущего в умонастроениях молодежи будет зависеть от ценностного выбора новых поколений. И здесь роль языка как путеводителя в «социальной действительности» (Э. Сепир) приобретает особую значимость в силу его формирующего влияния на сознание и мотивацию поведения молодых поколений.

Давая характеристику массового молодежного сознания, следует признать наличие в нем синдрома нравственно-правового нигилизма, а также достаточно противоречивых и подвижных политических установок, что требует постоянного мониторинга и экспертной оценки динамики их изменений, предопределяемых многообразием языковых средств, используемых каналами массовой информации, Интернетом, в публичных выступлениях и различного рода развлекательных программах. В контексте российской социокультурной реальности к условиям новых цивилизационных факторов, вызванных развитием информационного общества, добавляются и сложные духовные процессы, порождаемые изменениями в политической и экономической сферах жизни страны и закрепляемые в многообразии языковых форм.

Очевидно, что рассмотренные выше вопросы не раскрывают в полном объеме всей глубины проблемы влияния языка на формирование нравственных установок личности, они лишь обозначили некоторые из современных подходов к данному направлению исследования. Однако, на наш взгляд, их актуальность вырастает из комплекса проблем, связанных с необходимостью сохранения выраженного в языке мира культуры, мира тех духовно-нравственных ценностей, на основании которых возможно дальнейшее развитие человеческой истории.

**Литература**

*Апель К.О.* Априори коммуникативного сообщества // Трансформация философии. М.: Логос, 2001. 344 с.

*Сепир Э.* Статус лингвистики как науки // Языки как образ мира / М. Мюллер, Э. Сепир, Б.Л. Уорф, Л. Витгейнштейн и др. М.: АСТ; СПб.: Terra Fantastica, 2003. 576 с.

*Уорф Б.* Отношение норм поведения и мышления к языку // Языки как образ мира. М. Мюллер, Э. Сепир, Б.Л. Уорф, Л. Витгейнштейн и др. М.: АСТ; СПб.: Terra Fantastica, 2003. 576 с.

*Хабермас Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие // Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб.: Наука, 2000. 382 с.

*Crum Roy L*. Strategies for Attracting Foreign Direct Investment // Продвижение имиджа Нижегородского региона: опыт и перспективы. Материалы V международной научно-практической конференции по региональной культуре. Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2003. 312 с.

**Alexander Vsevolodovich Nikitin**

**Elizaveta Petrovna Savrutskaya**

**Dmitry Vladimirovich Semenov**

**Sergey Vasilyevich Ustinkin**

**THE PROBLEM OF THE CONNECTION OF MORAL NORMS**

**AND LANGUAGE MODELS**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*The article deals with the problems of the influence of language and speech culture on moral norms that determine the orientation of value consciousness and the motives of people’s behavior. Within the framework of the philosophical and linguistic approach, the authors prove that the facts and phenomena of human history, fixed in language, reveal meanings that change under the influence of changes in the world, thereby having a formative effect on the moral world of man. The change of meanings, the understanding and preservation of historically accumulated social experience, is carried out through language in certain speech designations. Language as a guide in social reality provides a link between the present, past and future.*

***Keywords.*** *Language, speech culture, dialogue, moral norm, moral relativism, linguistic reality, communicative action, ethnolinguistic environment, social experience, society.*

**УДК 316.7**

**Анаит Вачагановна Oганесян**

**Армен Геворгович Арутюнян**

**Гарик Карленович Эминян**

**Анна Жораевна Аракелян**

**ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛЬНОЙ ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ**

**НА РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЯЗЫКОВ**

***Ванадзорский государственный университет***

***имени О. Туманяна, Республика Армения***

*В статье рассматривается сохранение родного языка как духовной, материальной и культурной ценности. Особо подчеркивается факт отчуждения родного языка и армянской литературы в условиях технической глобализации. Была проделана работа по предотвращению необоснованного использования иностранных слов, предложено организовать создание англо-армянского технического словаря и осуществить информирование о словаре, используя интернет-ресурсы.*

***Ключевые слова.*** *Родной язык, языковое мышление, технологии, школа, учащийся, учитель, родитель, оценка, компьютер, Интернет, глобализация.*

Цивилизованной считается нация, сохранившая родной язык, осознающая свою историческую миссию, имеющая целеустремленную молодежь, разделяющую национальные ценности. Во время формирования армянского народа многие иноязычные племена и кланы были ассимилированы армянами, и языки этих племен впоследствии были утрачены. В настоящее время в результате технической глобализации многие языки, в том числе армянский, находятся под сильным влиянием английского языка, который, в свою очередь, представляет угрозу для культуры. У всех народов особое отношение к сохранению, обогащению и использованию своего языка.

Актуальность темы статьи обусловлена тем, что родной язык является основным средством сохранения духовных, материальных и культурных ценностей нации.

Цель и проблема исследования состоят в том, чтобы выявить влияние компьютеров, другого информационного оборудования на усвоение учащимися родного (армянского) языка; уточнить влияние Интернета и информационных технологий на эффективное обучение, на применение и развитие учащимися родного языка.

Новизна исследования заключается в том, что отдельные положения, выделенные в статье, помогут рассмотреть, уточнить, согласовать цель использования информационных технологий, правила их использования, безопасность и полезность.

Изучение предметов «Армянский язык» и «Армянская литература» всегда занимало особое место в армянской действительности. Это обусловлено не только необходимостью развития и закрепления коммуникативных навыков средствами родного языка, но и необходимостью сохранения нации, устной передачи отдельных произведений. Глобализация, глобальные экономические кризисы, политические позиции, социально-экономические, военно-политические договоры и соглашения оказывают особое влияние на сохранение самобытности малых стран и народов. Компьютерные игры, смартфоны и телевизоры, другие информационные устройства, операционная система которых написана латинскими буквами, заставляют своих пользователей употреблять иностранные слова (*ram*, *mail*, *hard draw*, *drawer*, *nsystem* и т.д.) повседневной жизни. Очевидно, что дети, пользующиеся современными техническими средствами, вынуждены использовать латинские буквы и термины на иностранном языке. Это отрицательно сказывается на родном языке учащихся и языковом мышлении. Доказательством этого может служить тот факт, что количество участников конкурсов чтецов, предметных олимпиад сокращается, причем мальчиков среди них гораздо меньше, чем девочек, а на предметных олимпиадах их почти нет (см. табл. 1).

*Таблица 1*

**Участники предметных олимпиад в Республике Армении: гендерные соотношения**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Предмет* | *Год* | *Участники* | *Мальчики* | *Девочки* |
| Армянский язык | 2018 | 114 | 15 | 99 |
| Армянская литература | 2018 | 103 | 11 | 92 |
| Армянский язык | 2019 | 111 | 13 | 98 |
| Армянская литература | 2019 | 93 | 8 | 85 |
| Армянский язык | 2021 | 105 | 11 | 94 |
| Армянская литература | 2021 | 98 | 11 | 87 |

В 2020 году Министерство образования, науки, культуры и спорта Республики Армении ввело механизм награждения победителей и призеров республиканских предметных олимпиад стипендиями. Это повысило интерес школьников к олимпиадам, но соотношение мальчиков и девочек соеди участников не изменилось.

В то же время вызывают тревогу результаты студентов на государственных выпускных и совместных экзаменах по предмету «Армянский язык и армянская литература». Данные, опубликованные Центром оценивания и тестирования, представлены в табл. 2.

*Таблица 2*

**Результаты студентов армянских вузов на государственных выпускных и совместных экзаменах**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Предмет* | *Год* | *Средний балл* |
| Армянский язык и армянская литература | 2018 | 12,2 |
| Армянский язык и армянская литература | 2019 | 11,4 |
| Армянский язык и армянская литература | 2021 | 11,2 |

Результаты за 2018/2019 учебный год выше результатов 2019/2020 учебного года, но в целом такие оценки не могут быть приемлемыми.

На экзаменах по общеобразовательной программе учащимся 6, 9 и 11-х классов были выданы письменные работы по предмету «Математика». Из 564 школьников, написавших работу, 27 (5%) получили оценку «отлично», 82 (15%) – «хорошо», 205 (36%) – «удовлетворительно» и 250 (44%) –«неудовлетворительно». Средняя оценка составила 4,2 балла. Из 50 учеников 11-го класса, выполнивших письменное задание, 31 (62%) был оценен на «неудовлетворительно», один ученик получил оценку «отлично». Средняя оценка в 11-м классе составила 3,4 балла, в 6-м классе – 4,4, в 9-м классе – 4,2 балла. Результаты письменных работ указанных лет отражены в табл. 3.

*Таблица 3*

**Результаты письменных работа армянских школьников по предмету «Математика»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Классы* | *2018/2019 уч. год (в %)* | *2019/2020 уч. год (в %)* |
| 9-10 | 14 | 5 |
| 7-8 | 23 | 15 |
| 4-6 | 53 | 36 |
| 1-3 | 10 | 44 |

Чтобы выяснить, какое влияние компьютерные интеллектуальные системы оказывают на качество обучения, мы провели исследование среди 100 школьников (первоклассников) и их родителей. Результаты опроса родителей представлены ниже:

1. Отвечая на вопрос «Как долго ваши дети используют компьютеры, смартфоны или аналогичные технические устройства (укажите часы)?», 70% респондентов отметили, что 3-4 часа, 30% – 2 часа.

2. «С какой целью они используют такие технические средства?»: 60% родителей отметили, что дети используют игры, социальные сети, 20% – «в зависимости от характера учебных заданий», 10% не знают, 10% не ответили.

3. «Используют ли ваши дети слова на иностранном языке в повседневной жизни?»: 90% родителей ответили утвердительно, 10% сказали, что не обращали внимания.

4. «Как вы считаете, использование таких средств положительно или отрицательно сказывается на качестве образования ваших детей?»: 95% ответили, что отрицательно, 5% – что положительно.

5. «Вредит ли длительное использование таких устройств здоровью ваших детей?»: 100% респондентов ответили утвердительно.

Анкета с таким же содержанием была роздана первоклассникам, получены следующие данные:

1. «Сколько времени вы используете компьютеры, смартфоны или аналогичные технические устройства (укажите часы)?»: 80% респондентов назвали 3-4 часа, 20% – 2 часа.

2. Указывая цель использования таких технических средств, 70% сказали, что используют игры, социальные сети, 10% – «в зависимости от характера учебных заданий», 10% – «для других целей» (просмотр фильма и пр.).

3. «Используете ли вы иностранные слова в повседневной жизни?»: 100% ответили «да».

4. «Как вы считаете, использование таких средств положительно или отрицательно сказывается на качестве вашего образования?»: 55% ответили, что отрицательно, 45% – что положительно.

5. «Вредит ли длительное использование таких средств здоровью?»: 85% респондентов ответили утвердительно, 15% не ответили.

В результате технической глобализации допускается множество лингвистических ошибок, основы этой проблемы следует искать везде (государственная политика, семейное воспитание, информационная сфера и т.д.), а не только в образовательной системе. Важно как можно скорее создавать и распространять армяноязычные версии слов, иначе долгосрочное использование иностранного слова закрепится в речи подрастающего поколения и в будущем его уже не нужно будет заменять на другое, армянское слово. При проведении круглых столов, бесед с учащимися, с родительским комитетом учебно-воспитательных учреждений авторы предлагали вплотную заняться решением этой проблемы. В частности, предлагалось проведение мероприятий по сохранению родного языка, рекомендовалось периодически затрагивать тему ценности национального языка на уроках, классных часах. Была проделана работа по предотвращению широкого использования иностранных слов, в частности в результате глобализации, интернетизации, развития технических средств, предложено организовать создание англо-армянского технического словаря и осуществить информационную деятельность пораспространению данного словаря, используя интернет-ресурсы, а также классные часы, факультативные занятия.

Неправомерные языковые заимствования являются самым большим препятствием к формированию и становлению языкового мышления, что приводит к искажению национальных ценностей. Достижение оптимального уровня лингвистической безопасности предполагает соблюдение языковых, социальных и культурных норм. Роль языковой политики на уровне обучения языку и образования в целом состоит в повышении общего уровня и культуры владения языком, воспитании ответственного отношения к слову и общению.

**Anahit V. Hovhannisyan**

**Armen G. Harutyunyan**

**Garik K. Eminyan**

**Anna Zh. Harakelyan**

**THE IMPACT OF GLOBAL DIGITAL CULTURE**

**ON THE DEVELOPMENT OF NATIONAL LANGUAGES**

***Tumanyan State University of Vanadzor, Republic of Armenia***

*The article studies the preservation of the native language as a spiritual, material and cultural value. As a result of the study, the fact of alienation of the Armenian language and Armenian literature in the context of technical globalization has especially been emphasized. Work was done to prevent the widespread use of foreign words, in particular as a result of the globalization of the Internet, technical means, to organize the creation of an English-Armenian technical dictionary; to carry out informational activities for the dissemination of the English-Armenian technical dictionary, using the Internet resources, as well as class hours, optional classes.*

***Keywords. Native language, linguistic thinking, technologies, school, student, teacher, parent, assessment, computer, internet, globalization.***

**УДК 81**

**Виктория Викторовна Филиппова**

**Валентина Ильинична Курышева**

**ОБРАЗ ПОЛИТИКА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ**

**ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

***Нижегородский государственный лингвистический университет***

***имени Н.А. Добролюбова***

*В статье рассматриваются особенности создания политического образа Д. Трампа в рамках политического дискурса, формируемого англоязычными печатными СМИ. На основании фрагментарного анализа газетных статей и заголовков выделяются концептуальные признаки фрейма «Дональд Трамп» и рассматриваются языковые средства, репрезентирующие эти признаки.*

***Ключевые слова.*** *Политический дискурс, политический деятель, образ политика, фрейм, концептуальный признак.*

Современная лингвистика уделяет особое внимание исследованию образа политика как составной части политического дискурсивного поля. Вопрос анализа политического образа посредством языка является актуальным, так как политика затрагивает каждого человека. Политик как лицо, влияющее на политические процессы, воздействует также на разные сферы жизни людей. Критический анализ образа того или иного политика в этой связи становится необходимым навыком для ориентации в политическом дискурсе и формирования объективной точки зрения относительно какого-либо политического деятеля.

Политический образ представляет собой комплексное явление, рассматриваемое в рамках разных областей гуманитарного знания: психологии, социологии, журналистики и других сфер. Лингвистика работает над анализом политического деятеля, рассматривает средства создания образа в контексте того или иного дискурса и декодирует его структуру.

Политический образ формируется посредством трех составляющих:

– устные и письменные тексты (речи, выступления, дебаты, посты в социальных сетях и прочее), репрезентируемые в дискурсе самого политика;

– критический анализ текстов выступлений политика в аналитических статьях, новостном дискурсе и других журналистских фрагментах, которые описывают и дают оценку деятельности политика;

– биографические и политологические тексты, анализирующие деятельность политика [Беляевская 2012].

Когнитивная лингвистика предлагает рассматривать образ отдельных политиков посредством фреймов, которые позволяют систематизировать и структурировать знания о каждом политике с помощью отдельных концептуальных признаков различной сложности и содержания, а также проводить сравнительный анализ разных политических деятелей [Беляевская 2012; Шейгал 2000].

Статья рассматривает некоторые концептуальные признаки фрейма «Дональд Трамп», манифестируемые англоязычными печатными СМИ для создания определенного образа политического деятеля.

Обратимся к дефинициям лексемы *politician*, предлагаемым авторитетными английскими словарями. Так, *Oxford Learner’s Dictionaries* предлагает два значения лексемы «политик»:

– “a person whose job involves politics, especially as an elected member of parliament, etc.” («человек, чья профессиональная деятельность вовлечена в политику»);

– “a person who is good at using different situations in an organization to try to get power or advantage for himself or herself”, отмечено как “dissaproving“, т.е. «неодобрительное», и делает акцент на извлечении пользы из своего положения (Oxford Learner’s Dictionaries).

Американский словарь *Merriam-Webster* предлагает также две дефиниции для лексемы *politician*:

– “a person experienced in the art or science of government” («человек, опытный в делах или науке государства»).

– “a person engaged in party politics as a profession” («человек, состоящий в политической партии в качестве профессии»);

– маркированное как “often disparaging” («часто пренебрежительное»): “a person primarily interested in political office for selfish or other narrow usually short-sighted reasons” («человек с личными интересами в политике») (Merriam-Webster).

Приведенные определения лексемы «политик» на английском языке показывают наличие отрицательной коннотации слова, а также таких концептуальных признаков фрейма «политик», как «изворотливость», «личная выгода», «нечестность».

Ключевым средством создания образности и оценочности, по теории Дж. Лакоффа и М. Джонсона, является метафоризация. Метафора в этом контексте представляет собой восприятие одного концепта в терминах другого. Концептуальная метафора рассматривается как особый когнитивный инструмент, функционирующий посредством переноса характеристик из области источника в образ цели [Лакофф, Джонсон 2004]. Использование концептуальной метафоры для создания образа политического деятеля позволяет создателю конкретного текста вызывать определенные ассоциации в сознании читателя.

Дональд Трамп, победивший на выборах в 2016 году и действовавший в должности президента до 2021 года, является одним из самых противоречивых и непопулярных президентов США. Основу электората Д. Трампа составляют белые мужчины средних и старших лет, среднего класса, часто с низким уровнем образования.

Рассмотрим некоторые примеры создания политического образа Д. Трампа. Известный своими высказываниями недалекого, во многом расистского, нетолерантного характера, 45-й президент создавал вокруг себя определенный образ, негативные характеристики которого усугублялись в дальнейшем оппозиционными СМИ.

Распространенным является употребление метафорических неологизмов “*Trumpland*”, “*Trumpistan*”, “*Trumposphere*”, “*Trumpworld*”. Эти неологизмы обладают отрицательной коннотацией, носят саркастический характер и отсылают читателя к концептам «нетерпимость» (англ. *intolerance*), «глупость» (англ. *stupidity*), «стыд» (англ. *shame*), «расизм» (англ. *racism*) и другим.

Так, журнал *Politico* использует отсылку к расистскому слоту фрейма «Трамп» посредством заголовка статьи: *What the Rest of America Can Learn From My Experience Being Blackin Trumpland* (Politico, 2020).

Здесь, как можно видеть, актуализируется негативное отношение афроамериканца к созданным Д. Трампом и его последователями условиям жизни, ориентированным и сконцентрированным только на их собственных интересах и нуждах.

*NBC* использует для создания комичности образа последователей Трампа следующий заголовок: *Trumpworld ‘worried’ amid debate performance fallout* (NBC, 2020)*.*

В этом примере автор статьи посредством неологизма в сочетании с лексемами *worried* («обеспокоенный») и *fallout* («нежелательные последствия») создает образ напуганных, неуверенных сторонников Д. Трампа, делает их незначительными по сравнению с политическими оппонентами.

*Trumpistan Week One: The Unthinkable Slowly Becomes Normal* (New York Magazine, 2016).

Уничижительный неологизм, отсылающий к неблагополучным, по мнению американских СМИ, странам (Афганистан, Казахстан, Пакистан, Таджикистан, Узбекистан и т.д.), в сочетании с антитезой *unthinkable – normal* реализует такие концептуальные признаки фрейма «Д. Трамп», как «сумасшествие» (*craziness)* и «отсталость» (*underdevelopment*).

Журнал *Forbes* также использует неологизм для высмеивания «трампистов» и их поведенческой линии на выборах 2020 года:

*All The Ways Trumpworld Is Crafting An Alternate Reality In The Election’s Final Days* (Forbes, 2020)*.*

Используемая в этом контексте фраза *all the ways* («все способы») акцентирует внимание читателя на многочисленных попытках Д. Трампа и его команды создать «альтернативную реальность», оторванный от настоящей жизни мир, в который они сами верят и где Д. Трамп переизбирается на второй президентский срок.

*Outside of the Trumposphere, the awful statements and sentiments of the President and his enablers are discounted by public officials* (CNN, 2018).

Фраза *Outside of the Trumposphere* («вне Трампосферы») отсылает к устойчивому выражению *think outside of the box* («мыслить нестандартно»), что характеризует «Трампосферу» как закрытое от остального мира пространство, лишенное новых разумных идей и потенциала к развитию. Эта характеристика подкрепляется фразой *awful statements and sentiments of the President* («ужасные заявления и настроения президента»), выделяя наполнение вышеназванной «коробки».

Все неологизмы представляют собой сложные слова, где основой является имя собственное, манифестируемое суффиксом *-istan*, а присоединяемой частью – контекстуальные синонимы *land*, *world*, *sphere* с семой «пространство». Неологизм *Trumpworld* представляется правомерным считать аллюзией на *Disney World* – искусственно созданный мир, населенный воображаемыми персонажами из сказок и мультфильмов. *Trumpland* также звучит как сказочное место, наполненное иллюзиями, а *Trumpistan* и вовсе имеет уничижительный расистский оттенок значения. Все рассматриваемые неологизмы указывают на такие концептуальные признаки фрейма «Трамп», как «недальновидность», «сконцентрированность на себе», «оторванность от жизни».

Другими слотами фрейма «Трамп», которые используются в СМИ для создания политического образа экс-президента, являются:

1) «нечестность» (англ. *dishonesty*): *Introducing a New Series: Trump and the Truth* (New Yorker, 2016). В данном предложении автор сочетает аллюзию на выход нового телевизионного шоу, направленную на создание ироничного отношения к происходящему среди читателей, и антитезу «Трамп и правда»;

2) «инфантильность» (англ. *immaturity*): *President Trump … from a “60 Minutes” interview he participated in earlier this week with the anchor Lesley Stahl – an interview that Mr. Trump abruptly cut short, complaining that Ms. Stahl was unfair* (The New York Times, 2020)*.*

Здесь автор статьи использует иронию для выделения определенных черт, характерных для экс-президента США. Упомянутый концептуальный признак актуализуется наречием *abruptly* («резко»), а также *cut short* («оборвал»), *complaining* («жалуясь») и прилагательным *unfair* («несправедливая»).

3) «трусливый», «изворотливый» (англ. *cowardly*, *twisted*): *Pressed by Ms. Stahl on how he would handle a scenario where millions of Americans abruptly lost their health insurance, Mr. Trump said repeatedly that he had “a plan.” When Ms. Stahl pointed out that he has not shown a plan publicly, Mr. Trump falsely claimed that he had* (The New York Times 2020)*.*

В последнем из приведенных текстовых фрагментов инициальная синтаксическая позиция занимается причастием II *pressed by* («под давлением»), наречие *repeatedly* («неоднократно») подчеркивает многократность и неэффективность предпринятых президентом попыток с целью создания логической парадигмы своих действий. Сказанное подтверждается также лексемой *a plan* («план»), взятой в кавычки, и неопределенным артиклем co значением «какой-то», «один из», «неопределенный». Ирония достигается за счет словосочетания *falsely claimed* («ложно заявил»).

Таким образом, формирование анализируемого образа политического деятеля происходит посредством разнообразных языковых средств, реализующих отдельные концептуальные признаки этого политика. Проведенный анализ отрывков статей и заголовков о Д. Трампе показал, что политический образ бывшего президента США, создаваемый англоязычными печатными СМИ, состоит из широкого ряда концептуальных признаков негативной коннотации. Выделенные концептуальные признаки отображают отношение оппозиционного Д. Трампу электората к его личностным и профессиональным характеристикам, а также к его политической деятельности.

Перспективным представляется осуществить типологический анализ концептуальных матриц других политических деятелей англоязычного политического социума.

**Литература**

*Беляевская Е.Г.* Фрейм «политик» в англоязычном биографическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2012. № 2. С. 21-26.

*Лакофф Дж., Джонсон М.* Метафоры, которыми мы живем. Пер. с англ. А.Н. Баранова и А.В. Морозовой; под ред. и с предисл. А.Н. Баранова. М.: УРСС, 2004 (ООО РОХОС). 252 с.

*Шейгал Е.И.* Семиотика политического дискурса: Дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. Волгоград, 2000. 431 c.

**Victoria V. Philippova**

**Valentina I. Kurysheva**

**THE IMAGE OF A POLITICIAN IN ENGLISH-LANGUAGE**

**POLITICAL DISCOURSE**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*The article examines the features of the creation of the political image of D. Trump in the framework of the political discourse formed by the English-language print media. Based on a fragmentary analysis of newspaper articles and headlines, the conceptual features of the “Donald Trump” frame are identified and linguistic means representing these features are considered.*

***Keywords.*** *Political discourse, politician, politician's image, frame, conceptual feature.*

**УДК 81`27**

**Полина Станиславовна Хатюшина**

**Анна Владимировна Жиганова**

**ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ**

**ИНОЯЗЫЧНЫХ ВКЛЮЧЕНИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ**

***Нижегородский государственный лингвистический университет***

***имени Н.А. Добролюбова***

*В статье рассматривается прагматический аспект использования иноязычных включений в англоязычных художественных произведениях XIX–XX веков. Выявляются структурные особенности иноязычных включений и их функции в художественном дискурсе.*

***Ключевые слова.*** *Художественный дискурс, прагматика, иноязычные включения, языковой контакт, переключение кода.*

Изучение языковых контактов является перспективным направлением лингвистического исследования. Процесс проникновения англицизмов в другие языки по всему миру усилился в связи с явлением глобализации. Несмотря на то, что огромное количество заимствований приходит в другие языки из английского языка, англоязычные дискурсы также содержат англоязычные элементы, которые выполняют в них ряд функций.

Дискурс принято рассматривать как динамический процесс, осуществляемый собеседниками в реальном времени, тогда как текст понимается как статический продукт речевой деятельности человека. Художественный дискурс представляет собой не только способ и стиль письма, но и образ мышления автора текста, который отражается в придуманных им героях повествования и в сюжете произведения [Mey 2009: 1114]. Также одной из главных особенностей художественного дискурса является его прагматическая сущность. Традиционный подход к анализу текста, рассматривающий его лишь с точки зрения структурных особенностей построения, лингвистических единиц и грамматических связей, становится несостоятельным при исследовании его воздействия на читателя, поскольку художественный текст не может существовать вне прагматической направленности: автор – художественный текст – адресат.

Использование иноязычных единиц в художественном дискурсе рассматривается в рамках данной статьи как переключение кода, которое представляет собой использование элементов двух или более языков в рамках одного высказывания двуязычным говорящим [Проценко 2004: 123]. Смена языка происходит при переходе одного из участников коммуникации на другой язык с использованием как отдельных слов, так и целых фрагментов текста, включенных в речь на принимающем языке. Стоит также отметить, что лексические единицы, встроенные в систему принимающего языка и содержащиеся в словарях, т.е. представляющие собой заимствования, иноязычными вкраплениями не являются [Морозовска 2016]. Данными словами могут быть как частично, так и полностью ассимилированные заимствования. Исключение составляют варваризмы, так как они не являются ассимилированными словами и считаются частью иностранного языка.

Авторы художественных произведений используют иноязычные включения для реализации ряда целей. Прагматика (от греч.πρᾶγμα – «дело», род. падеж πραγματικός) – раздел лингвистики, изучающий взаимодействие лингвистических единиц с производителем устной или письменной речи и его адресатом, а также с ситуацией, в которой данные лингвистические единицы используются. Прагматика изучает намерения автора текста, а также причины сказанного или написанного им в определенной контекстной ситуации. Коммуникативный акт, описываемый автором в произведении, может происходить по законам речевых актов, поскольку вымышленная речевая ситуация между героями художественного произведения подобна ситуации в условиях общения в реальной действительности. Аспекты прагматики, характерные для ситуации речевого общения, могут быть применимы к художественному произведению, в котором обычная речевая ситуация проецируется на вымышленную действительность.

Из 50 фрагментов художественных произведений, отобранных в рамках исследования, 5 фрагментов содержат немецкоязычные включения, 2 – итальянские, 2 – на латинском языке и 41 – на французском. Франкоязычные включения являются наиболее частотными, так как влияние французского языка и культуры на английский язык огромно. В художественном дискурсе иноязычные включения представлены как отдельными словами, так фразами и предложениями, что свидетельствует об универсальности данного приема в произведениях.

Среди функций, которые выполняют иноязычные включения, были выделены эмотивная, уточняющая, культурно-ориентирующая, отграничительная и функция привлечения внимания адресата.

Эмотивная функцияпредполагает использование слов, содержащих эмоциональную окраску, служит для описания эмоциональной ситуации в художественном тексте и, как правило, реализуется в восклицательном предложении: And suddenly his heart felt queer, warm, asifelated. – *“Ma petite fleur!”* [Galsworthy 2012: 361].

Уточняющая функция используется с целью выделения коммуникативно значимых элементов и указывает на отличительные черты того или иного объекта, в том числе используется для ввода терминов: Perhaps she just looked first into the bouquet, to see whether there was a *billet-doux* hidden among the flowers [Thackeray 2017: 33]. Автор использует иноязычное включение для точной передачи характера письма в описываемом фрагменте.

Культурно-ориентирующая функция применяются для трансляции лингвокультурных особенностей, колорита страны: Philip sent the waiter for a bottle of Burgundy from the neighbouring tavern, and they had a potage *aux herbes*, a steak from the window *aux pommes*, and an omelette *au kirsch* [Maugham 1992: 161]. В данном фрагменте франкоязычные включения используются для обозначения блюд французской кухни.

Функция привлечения внимания адресата позволяет обратить внимание собеседника на отношение героев к тому или иному событию посредством использования цитаты, стилистических приемов: Why want to know anything of that ‘small’ mystery – *Je m’en fiche*, as Profond says? [Galsworthy 2012: 439].

Отграничительная функция используется для разграничения групп лиц, одна из которых владеет иностранным языком, другая – нет, и служит для солидаризации или разделения на группы: *“Elle doit avoir plus avec moi qu’avec vous*.*”* “Speak English! What do you mean *‘doit avoir’*?” [Fitzgerald 1933: 450].

Нередко в одном и том же фрагменте реализуется не одна, а несколько функций, например, эмотивная и культурно-ориентирующая.

Таким образом, переключение кода является достаточно распространенным лингвистическим феноменом в произведениях британских и американских авторов, а использование иноязычных включений мотивированно и служит для реализации ряда функций. Исследование показало, что билингвизм в англоязычной художественной литературе XIX века был достаточно распространен, что также позволяло авторам произведений описывать примечательные ситуации, характерные для диалогов между героями. Авторы англоязычных художественных произведений используют переключение кода в своих работах с определенными целями. Прагматическое воздействие может быть оказано как на читателя, так и на героев произведений. Используя иностранный язык, коммуникант заявляет о себе как о билингве, представителе или носителе иноязычной культуры. Иноязычные включения используются также с целью привлечения внимания адресата, позволяют обратить внимание собеседника на отношение героев к тому или иному событию посредством использования цитаты, стилистических приемов и т.д. Перспективным направлением исследования представляется изучение современных англоязычных произведений для выявления особенностей функционирования иноязычных включений в художественном дискурсе эпохи глобализации, когда роль английского языка чрезвычайно высока. Также интересным представляется исследование переключения кода в других типах дискурса.

**Литература**

*Морозовска М.П.* Теоретические основы изучения иноязычных вкраплений в художественном тексте (на материале творчества Ф.М. Достоевского) // Актуальные проблемы филологии: материалы II международной научной конференции. Краснодар: Новация, 2016. С. 57-60.

*Проценко Е.А.* Проблема переключения кодов в зарубежной лингвистике // Вестник ВГУ: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2004. № 1. С. 123-127.

*Fitzgerald F.S.* Tender is the Night. Planet eBook, 1933. 624 p.

*Galsworthy G.* The Forsyte Saga.Wordsworth, 2012. 736 p.

*Maugham W.S.* Of Human Bondage. Penguin Publisher Group, 1992. 197 p.

*Mey J.L.* Concise Encyclopedia of Pragmatics. Oxford, 2009. 1183 p.

*Thackeray W.M.* Vanity Fair. Collector’s Library Editions, 2017. 456 p.

**Polina S. Khatyushina**

**Anna V. Zhiganova**

**THE FUNCTIONAL AND PRAGMATIC ASPECTS OF FOREIGN**

**LANGUAGE INSERTED ELEMENTS IN ENGLISH-LANGUAGE**

**LITERARY DISCOURSE**

***Linguistics University of Nizhny Novgorod***

*The article analyses the pragmatic aspect of the use of foreign language inserted elements in the English-language literary discourse of XIX–XX centuries. The study focuses on the structural specificity and functions of foreign language inserted elements in the literary discourse.*

***Keywords.*** *Literary discourse, pragmatics, foreign language inserted elements, language contact, code-switching.*

**ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ В ПЕРЕХОДНУЮ ЭПОХУ**

*Материалы международной научно-практической конференции*

**21–22 АПРЕЛЯ 2021 г.**

**Том 2**

**Социальные изменения в теориях среднего уровня**

Редакторы: Н.С. Чистякова

В.М. Цымбалова

Подписано к использованию 24.01.2022. Тираж 50 экз.

Гарнитура «Таймс». Объем данных 3,08 Мбайт.

Федеральное государственное бюджетное образовательное

учреждение высшего образования

«Нижегородский государственный лингвистический университет

им. Н.А. Добролюбова»

Редакционно-издательский отдел

603155, г. Нижний Новгород, ул. Минина, д. 31А

http://www.lunn.ru, izdat@lunn.ru

1. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-0400. [↑](#footnote-ref-1)
2. The reported study was funded by RFBR, project number 20-011-00400. [↑](#footnote-ref-2)