

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. А.Н. КОСЫГИНА  
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»



УНИВЕРСИТЕТ  
КОСЫГИНА

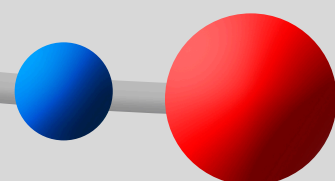
ВСЕРОССИЙСКАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ

«СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ  
ОБРАЗОВАНИЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ»

# СОЦИАЛЬНЫЙ ИНЖЕНЕР-2021

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

ЧАСТЬ 1



МОСКВА – 2021

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

---

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. А.Н. КОСЫГИНА  
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**

**Всероссийская научная конференция  
молодых исследователей  
с международным участием  
«Социально-гуманитарные проблемы образования  
и профессиональной самореализации»  
Социальный инженер-2021**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ**

**Часть 1**

**МОСКВА – 2021**

**Всероссийская научная конференция молодых исследователей  
с международным участием  
«Социально-гуманитарные проблемы образования  
и профессиональной самореализации  
«Социальный инженер-2021»**

---

УДК 378:001:891

ББК 74.58:72

В 85

В 85            Всероссийская научная конференция молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации» (Социальный инженер-2021): сборник материалов Часть 1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2021. – 261 с.

ISBN 978-5-00181-228-9

Сборник составлен по материалам Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации» (Социальный инженер-2021), состоявшейся 6-10 декабря 2021 г. в Российском государственном университете им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Материалы публикуются в авторской редакции.

УДК 378:001:891

ББК 74.58:72

**Редакционная коллегия**

Силаков А.В., проректор по науке; Гуторова Н.В., начальник ОНИР; Зотов В.В., директор института Социальной инженерии; Сушкова-Ирина Я.И., директор института «Академия имени Маймонида»; Юдин М.В., директор института Славянской культуры; Морозова Т.Ф., директор института Экономики и менеджмента; Андросова И.В., старший преподаватель; Оленева О.С., доцент; Бузькевич А.О., инженер

**Научное издание**

**ISBN 978-5-00181-228-9**

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2021

© Коллектив авторов, 2021

УДК 101

## ФИЛОСОФИЯ И ЕЁ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Алгазина В.А., Манькова Ю.В.

*Димитровградский инженерно-технологический институт – филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»*

Философия – это объективная потребность, она не учреждается решением отдельного человека. Та или иная философская позиция отражает определенное видение мира, которое отличается от индивидуальной точки зрения тем, что проявляет в культуре свою устойчивость, воспроизводимость. Поэтому философские проблемы называют вечными: они связаны с самой сущностью человека [1].

Философия зародилась в первом тысячелетии до нашей эры в странах древнего мира (Индии, Китае, Египте). В VII-V веках до нашей эры философия возникла в Древней Греции, Индии и Китае в качестве самостоятельной науки. Впервые термин «философ» употребил знаменитый древнегреческий философ Пифагор, а термин «философия» в научный оборот ввёл афинский философ классического периода Древней Греции Платон.

Философия, буквально означающая «любовь к мудрости», является одной из древних форм духовной деятельности, присущей цивилизованному человечеству. Возникнув из житейской мудрости, обобщившей опыт многих поколений людей, она поднялась до уровня самой абстрактной из всех наук, которая изучает человека и мир в единстве связывающих их отношений [2].

Помимо этого, она не только ищет суть явления, но и стремится раскрыть начало бытия, помогает человеку искать ответы на самые интересные и тревожные вопросы в жизни. «Философия, – говорил Плотин, – это самое ценное, важное, самое главное».

Проблемы философии актуальны в любой период смены эпох от зарождения философии до наших дней в странах древнего мира. Философию следует рассматривать как постоянно развивающееся социально-историческое и связанное с жизнью знание.

Античная философия – это уникальный этап в развитии историко-философской традиции. В этот период складывается основной понятийный аппарат философии, формируются центральные проблемы философии и закладываются основы всей западноевропейской культуры в целом [3].

Значительные изменения в социальных и экономических сферах, развитие культурной и научной жизни, негативное отношение к

**Всероссийская научная конференция молодых исследователей  
с международным участием  
«Социально-гуманитарные проблемы образования  
и профессиональной самореализации  
«Социальный инженер-2021»**

мифологии призвали древних греческих философов целесообразно пересмотреть взгляды на окружающий их мир. Зарождающиеся философские знания были синтезом мифологии, религии и начала наук. Взаимоотношения между религией и наукой являются одной из повседневных проблем, существующих в течение всего исторического развития философии. В табл. 1 представим соотношение философии, науки и религии.

Таблица 1 – Соотношение философии, науки и религии

Критерии сравнения	Философия	Наука	Религия
Предмет познания	Всеобщие закономерности природы, общества, человека	Результат теоретического абстрагирования	Мировоззрение и мироощущение, основанное на вере в бога
Цель познания	Объяснить то, каким должен быть мир, в чём смысл существования человечества; постичь истину	Сформулировать теорию, истинность которой можно подтвердить экспериментально	Личное спасение человека, приведение человека к гармонии между земным и небесным существованием
Источники знаний	Разум, мышление	Опыт, исследование, эксперимент	Жизненно-повседневная деятельность
Форма знания	Суждение, умозаключение, понятие	Теория, факт, понятие	Вера в сверхъестественное
Уровень познания	Теоретический	Эмпирический, теоретический	Мироощущение, мировосприятие
Проверяемость знания	Рационально-логические средства	Опытно-экспериментальным путём и логическими средствами	Догматы, священные книги
Функции	Мировоззренческая, гносеологическая, методологическая, интерактивная, критическая, социальная, аксиологическая, прогностическая	Познавательная, мировоззренческая, производственная, социальная, культурная	Мировоззренческая, регулятивная, компенсаторная (утешительная), коммуникативная, интегративная, культурная, политическая
Ценности	Мудрость, истина, добродетель	Практическая полезность, истина, новизна	Любовь (к Богу, ближнему), вера, милосердие, смирение, терпение

Таким образом, можно прийти к выводу о том, что философия не является ни религией, ни наукой, она не может быть доведена до какой-либо формы социального сознания; она порождает собственный взгляд на мир, основанный на общем интеллектуальном опыте человечества.

Рассмотрим основные функции философии.

1. Мировоззренческая. Философия создаёт систему знаний о мире и о месте человека в нём.

2. Гносеологическая. Философия исследует проблемы истины и её критериев.

3. Методологическая. Философия предлагает наиболее общие пути, способы познания мира.

4. Интегративная. Знания, доставляемые отдельными дисциплинами, философия сводит в единую целостную систему.

5. Критическая. Философия следует принципу «подвергай всё сомнению».

6. Социальная. Философия призвана объяснять социальное бытие и способствовать его материальному и духовному изменению.

7. Аксиологическая. Помогает человеку в определении жизненных ценностей, системы моральных принципов и идеалов, смысла жизни.

8. Прогностическая. Философия строит гипотезы об общих тенденциях развития человека и мира.

Все философские функции тесно связаны между собой, и, в зависимости от целей, задач, установок, ситуаций степень их проявления может быть различной.

Придерживаясь любви к мудрости, философия занимается поиском истины, что является эвристической функцией философии. Закладывая фундамент человека как мыслящую личность, она выполняет функцию воспитания. Также философия выполняет коммуникативную функцию, предоставляя возможность осуществлять интеллектуальные контакты между представителями разных групп, обществ и даже эпох.

В последние десятилетия философия и вовсе превратилась в определённый вид интеллектуальной игры, бесконечные словопрения по поводу и без повода. Ищущему истинного знания преподносятся ныне банальности, выраженные заумным многословным языком, бесчисленные комментарии к классическим текстам, которые не проясняют их смысл, а бесконечно его затемняют. Ложные суждения распространяются огромными тиражами бездарных монографий и учебников, мало кто глубоко задумывается над тем, что пишет, ибо не имеет для этого ни духовного, ни даже жизненного опыта [4].

Роль философии в жизни человечества определяется значимостью решаемых ею задач. Философия, объединяя науку, мировоззрение и методологию, выполняет познавательные, ценностные и методологические функции.

Однако при рассмотрении значения философии в обществе следует помнить, что её образ исторически меняется, в то время как её «вечные проблемы» со временем начинают отличаться от тех, что звучали ранее, а

иногда и наоборот. Например, отношение человека и природы существовало всегда, но оно имело один смысл в домашний период, другой – в эпоху машинного производства, а в эпоху НТР – это отношение обрело характер глобальной экологической проблемы [5]. Таков первый важный момент, свойственный для понимания роли философского мышления. В настоящее время именно историография проявляется в решении практически всех проблем философии.

Второй момент заключается в том, что философские проблемы рассматриваются в философии, прежде всего как проблемы социального существования, решаемые в жизни человека. Понимание истории, как важнейшее приобретение философии, внесло кардинальные изменения в подход к философским проблемам. Это суждение показало, что философские проблемы и вопросы, связанные с общественной жизнью, схожи, а поиск путей и средств их решения должен проводиться в реальной жизни.

Таким образом, роль философии формируется из того, что философия выступает в качестве теоретической основы мировоззрения, а также тем, что она находит решение проблемам познаваемости мира, вопросам ориентации человека в мире культуры, в мире духовных ценностей.

Философия учит человека не ограничивать свои интересы узкой сферой повседневных забот, она призывает к свободному, рефлексивному, самостоятельному мышлению, что так важно в современном мире. Развивая философию, люди не просто совершенствуют свой разум. Они мобилизуют свои интеллектуальные ресурсы для понимания судьбы человечества и цивилизации.

Философия важна для каждого человека, потому что она создает ценности, наполняет человеческую жизнь смыслом на личностном и общественном уровне. Современная цивилизация сейчас очень технологична, антигуманна и бесчеловечна, поэтому философия в инновационном обществе актуальна как никогда. Современное общество, создание искусственного интеллекта и его возможностей, модернизируют существенность понимания этого явления и поиска места человека в мире, где будет формироваться искусственный интеллект.

Философия поднимает вопросы о смысле человеческой жизни, смерти и бессмертия, потому что не только каждая историческая эпоха, каждая социальная система, каждая религия, но и каждый человек пытается найти ответы на эти вопросы.

**Список использованных источников:**

1. Коновалова, Н.П., Философия: учебное пособие / Н.П. Коновалова, Т.С. Кузубова, Р.В. Алашеева [и др.]. – Екатеринбург : Издательство Урал. университета, 2014. – 216 с.
2. Кочеров, С.Н., Философия: учебное пособие / С.Н. Кочеров, Л.П. Сидорова. – Н.Новгород : НИУ РАНХиГС, 2015. – 150 с.
3. Налётов, И.З. Философия / И. З. Налетов. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 399 с.
4. Лопатин, Л.М., Настоящее и будущее философии / Л.М. Лопатин. – М. : типо-лит. т-ва И.Н. Кушнерев и К , 1910. – 46 с.
5. Родчанин, Е.Г. Философия для технических вузов / Е. Г. Родчанин, В. И. Колесников. – М. : Академцентр, 2009. – 427 с.

©Алгазина В.А., Манькова Ю.В., 2021

**УДК 32.019.57**

**НОВАЯ ИДЕОЛОГИЯ ЗАПАДНЫХ ЭЛИТ  
И ЕЁ СОЦИАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ**

Василенко Е.А., Бормашева Е.К.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В 21 веке новые идеологические тенденции, которые возникли среди элит США и Европы, стали распространяться на весь мир. Они разные, но уже можно говорить о появлении идеологической системы, которая отличается от господствующей ранее в этих странах. Она существует, как в форме псевдонаучных теорий, так и в виде новых этических концепций и правил, и получает признание во всех сторонах жизни – от научных исследований до массовой культуры.

В России эта совокупность новых правил и идей в этической части получила название «новая этика» [1]. Она рассматривает правила общения между мужчинами и женщинами, представителями разных народов, социальных групп и рас. В сфере псевдонауки это целые направления: неофеминистические, постколониальные, гендерные, критическая расовая теории, ЛГБТ-исследования и т.п.

Разберем основные понятия в порядке их появления.

**Феминизм.** Современный феминизм, как и любая идеология, возник из-за необходимости решить реальную проблему – социальное неравенство женщин и мужчин, но в конечном итоге довел её до крайности. Начиная с действий, призванных гарантировать необходимое



равенство перед законом и предоставлять полноценные возможности и безопасность женщин, феминизм начал перерастать в идеологию насилия и беззакония, которая может привести к абсурдной и биологически недостаточному общественному идеалу.

Феминистское движение приняло законы и корпоративные постановления об изнасилованиях и домогательствах, и они теперь составляются так, что для судебного преследования мужчин не требуется никаких доказательств или свидетелей, нужно только заявление жертвы. Это разрушает основы западного права в том, что касается презумпции невиновности. Движение «Me Too» разрушает еще один принцип закона – «закон обратной силы не имеет». В результате, когда новости впервые появляются в социальных сетях и СМИ (часто рассказывается о событиях, произошедших несколько десятилетий назад), мужчины теряют работу и даже получают тюремные сроки.

В секторе государственного управления вводятся квоты для женщин на участие в государственных и общественных органах. Это несовместимо с принципом равенства и меритократии (выбор не основан на способностях). В области науки радикальные феминистки предложили теорию ускоренности неравноправия и угнетения женщин в социальных нормах и языке. В представленной теории, беспокойство вызывают необоснованные выводы: абсурдные требования меняют социальные нормы. Например, запрещено пропускать женщин при входе в помещение вперед, уступать место в общественном транспорте и т.д., потому что это якобы оскорбляет их [2], и указывает на слабость.

Феминистская утопия, основанная на требованиях только существенных социальных гендерных различий в области психологии, мышления и, в более радикальном виде, даже в области физической силы, превращается в тоталитарное понятие XXI века.

Движение ЛГБТ. Проблемы ЛГБТ следует разделить на две части, причем вопрос гомосексуализма существенно отличается от той, что связана с «трансгендерами». Борьба за права гомосексуалистов имеет реальную основу: они долгое время преследовались и были ограничены в своих правах. Однако, как и в случае с феминизмом, сегодняшняя борьба за равноправие в Соединенных Штатах и Европе распространяется на дискриминацию против других рас и сопротивлением естественным законам природы.

Современное представление о защите прав геев основано на представлении о том, что гомосексуальность является нормой. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) исключила гомосексуальность как психическое заболевание из международной классификации болезней в 1990 году. Но это не означает, что гомосексуальность является

биологической нормой. В биологии и медицине норма обычно определяется как естественные функции, как то, что функционирует по назначению. Но помимо биологического есть два других подхода к нормальности: статистический (нормально то, чему следует большинство людей) и ценностный (который в некоторых обществах считается нормальным) [3]. Признание гомосексуализма как норма, фактически заменяет нормальность биологическую – ценностной.

Конечно, преследование гомосексуалистов недопустимо, если они не нарушают чьи-либо права. Общество имеет право ограничивать распространение практик, если они вызывают негативные последствия, может ограничивать пропаганду гомосексуализма, не признавать гомосексуальные семьи и лишать их прав, если оно считает, что это развращает традиционную семью, приводит к демографическим и моральным проблемам.

Что касается нормальности изменения пола, то это крупнейшее мошенничество и настоящее преступление XXI века. Сама идея – всего лишь идеологический обман, поскольку каждый биолог знает, что разница полов не является фенотипической и даже не гормональной, поскольку определяется на хромосомном уровне. Поэтому никакая хирургия тела или даже гормональная терапия не превратят женщину в полноценного мужчину и наоборот.

Современная пропаганда трансгендеризма не имеет ничего общего с медицинской наукой. Она излучает антинаучные теории о существовании у людей гендерной идентичности, отличной от биологической. Истоки теорий лежат в идеологической психологии, а именно во фрейдизме [4]. З. Фрейд высказал идею о догенитальной стадии развития младенца, на которой он получает либидинальное удовольствие в области оральной и анальной зон, не различая полов и будучи бисексуальными. Затем, посредством «подавления» бисексуальности, возникает гетеросексуальность, ведущая к психологическому стрессу, с которым Фрейд предлагал бороться, устраняя психологические и социальные ограничения.

В 1960-х годах американский психоаналитик Роджер Столлер предложил новую теорию: проблемы психического здоровья, возникающие у младенца, связаны с тем, что в подсознании каждого человека существует гендерная идентичность, которая может не совпадать с биологическим полом [5]. Это необходимо лечить, изменяя биологический пол.

На сегодняшний день эта теория доминирует и в ВОЗ. На основе этого тысячи людей проходят операцию по смене пола.

Придумываются несуществующие позы: небинарный, мегиполовой, гендерно-экспасивный, агендерный и так далее. Их больше 20.

Трансгендеризм – это идеологическое прикрытие преступных действий. Под лозунгом обретения свободы выбора между полами нарушаются основные права людей на жизнь в том виде, в котором их создала природа.

Постколониальные исследования. Эта теория утверждает, что основной диссонанс в мире – это колониализм, и она стремится определить его последствия для общества и осознание его катастрофических последствий в политической и социальной структуре, искусстве, литературе, мышлении и те, кто не согласны, объявлены сторонниками колониализма и должны быть устранены и перевоспитаны.

Новым направлением в этой области стала «критическая расовая теория» (КРТ), о которой было заявлено на первом ежегодном семинаре в Университете Висконсин-Мэдисон (США) в 1989 году. Все интеллектуальные корни уходят в «правовые критические исследования» – направление марксистских толкований закона и провозглашение того, что правовые системы увековечивают угнетенное состояние определенной группы людей в интересах правящей элиты. Сторонники КРТ определили основные угнетенные группы – цветных людей в Америке (а позже и во всем мире), трансформируя марксистскую теорию гендерных противоречий в нации. Однако, как и идеологи трансгендеризма, они пытались отделить себя от концепции биологической расы, провозглашая нации не только группой людей с разными биологическими характеристиками (строение тела, цвет кожи и т.д.), но и через социальную конструкцию, которая используется для эксплуатации и подавления меньшинства. Согласно их построениям, правовые системы развитых стран являются имманентно расистскими и созданы для поддержания системы социального, экономического и политического неравенства между белыми и небелыми.

Цель КРТ – построить хорошее общество, уничтожив «системный расизм». Конечно, на личном и психологическом уровне в США активный процесс его устранения начался в 60-е годы XX века с реформ Д. Кеннеди. Сейчас существует множество льгот (например, квоты) только для цветных людей при приеме на работу, поступлении в университет и т.д. Те же льготы для женщин, представителей ЛГБТ и других.

КРТ долгое время было маргинальным направлением, но её время наступило в 2020 году, когда после протестов против жестокости полиции движение Black Lives Matter (BLM) стало одной из ведущих политических сил в США. Однако идеология КРТ ведет не к равенству, а к усилению другой формы расизма, на этот раз антибелого.

**Список использованных источников:**

1. Чебыкина, А. Что такое «новая элита» и как она влияет на прессу / А. Чебыкина // Общественная коллегия по жалобам на прессу. - 14.03.2021. - URL: <https://presscouncil.ru/novosti-iz-mira-mediaetik:/6305-chto-takoe-novaya-etika-i-kak-ona-vliyaet-na-media> (дата обращения: 01.11.2021).
2. Daniels, A. Men Should Not live Up Their Seats To Women: Why? / A. Daniels // Medium.com. - 6.06.2019. - URL: <https://medium.com/Daleksy-contact.info/men-should-not-give-up-their-seats-to-women-why-fd9b2fe19ebf> (дата обращения: 01.11.2021).
3. Wachbzoit, R. Normality as a Biological Concept / R. Wachbzoit. - Philosophy of Science., 2014. - No:61.P.579-581.
4. Фрейд, З. Три очерка по истории сексуальности / З. Фрейд. - Спб.: ВЭИП, 2017. - 224 с.
5. Stoller, R. Sex and Gender. On the Development of Masculinity and Feminity. / R. Stoller. – New York: Science House, 2001. – 383 p.

**©Василенко Е.А., Бормашева Е.К., 2021**

**УДК 101.1**

**ПРОБЛЕМА ЦЕННОСТЕЙ В ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА**

Давыдова О.Д., Цыпина А.К.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Как известно, человек, в первую очередь, – существо духовное. Это есть то первостепенное, что отличает его от животных. Стоит сказать, что духовный мир человека многогранен и разнообразен. Так, в философии под духовным миром человека принято считать его внутренний мир, а также мир мыслей и чувств, формирующийся в процессе познания. При этом в него входят такие понятия, как стремления, воля, религия, познание и ценности.

Эти ценности, в свою очередь, крайне вариативны. Каждый человек, приобретший это звание [человека] в процессе духовного становления, имеет свои ценности и моральные приоритеты. Для кого-то на первый план выходят любовь, семья, справедливость, честность и добро, в то время как другие люди выбирают для себя как ориентир скорее антиценности: деньги, жадность и корысть.

К сожалению, сейчас мы часто наблюдаем тенденцию к деструктивным процессам. Примечательно, что они могут затрагивать как явления материального мира, так и мира духовного. Эти разрушающие

процессы часто происходят и в сознании личности. В настоящее время можно увидеть, как люди стали склонны к скептицизму, равнодушию, ощущению человеком своей «ненужности» и другим негативным тенденциям.

Беря во внимание вышеупомянутые процессы, современная культурология, богатая различными школами и ответвлениями, при анализе духовной сферы популяризирует проблему самооценности человеческой личности. Сегодня учёные рассматривают значимость идеи преломления человека и человечности вообще через внутренний мир личности, индивидуальный и неповторимый. Именно «встречей с самим собой и является ценной проблема духовности в наше время» [1, с. 20].

Вопросами духовного мира занимались ряд ученых. Наибольшее количество исследований этой теме посвятили А.И. Арнольдов, Д.И. Дубровский, Е.В. Золотухина, М.С. Каган, С.Б. Крымский, Э.С. Маркарян и другие. В большей части исследований под духовностью понимается целостное ценное образование, объединяющее в себе главные сферы духовной деятельности человека. При этом учёные выделяют такие типы духовности, как теоретизм, этизм и эстетизм. Такую классификацию разработала В.Г. Федотова. В это время Е.П. Никитин выделяет конкретно-исторические формы. К ним относятся миф, религия, философия, наука, право, политика, идеология, мораль и искусство. Каждый из них в последствии составляет духовную культуру общества. Однако важно отметить, что между такими понятиями, как духовность и духовная культура нельзя ставить знак равенства. В то время как духовная культура рассматривается философским сообществом как некий «слой» культуры, в котором объединены все надматериальные проявления культурной активности человека, духовность есть отдельная характеристика культуры; это в ста процентах случаев «полнота бытия, противоположная любой абсолютизации какой-либо его подсистемы» [1, с. 24].

Проанализировав работы учёных, можно прийти к выводу, что духовность во многом определяется целями и ценностями современного социума. Так, в духовности заключены величайшие идеи гуманизма и нравственные ориентиры. Духовность – высшая точка человеческого саморазвития, согласно которой духовные ценности – это главное основание человеческого бытия. О значимости ценностей и духовности в целом П. Сорокин писал: «Всякая великая культура есть не просто конгломерат разнообразных явлений, сосуществующих, но никак с друг другом не связанных... доминирующие черты изящных искусств и науки такой единой культуры, её философии, религии, этики и права, её основных флорастеров социальной, экономической и политической организации, большей части ее нравов и обычаев, её образа жизни и

мышления – все они по-своему выражают ее основополагающий принцип, её главную ценность. Именно ценность служит основой и фундаментом всякой культуры» [2, с. 429].

Подводя итог всему вышенаписанному, мы можем сделать вывод, что духовность – это универсальная категория, в которой выражаются высокие общечеловеческие ценности, появившиеся в результате исторических процессов мировой культуры.

Духовные ценности общества формируют почву, на которой зарождаются все рассуждения человека той или иной культуры. Они, в свою очередь, воспринимается как само собой разумеющееся, как данность, которая не поддаётся оспариванию. Примечательно, что это характеризует как массовое, так и теоретическое познание. Думы философов о высших ориентирах «обусловлены самими этими ориентирами, вот почему так затруднён их анализ и рационалистическое обоснование» [3, с. 13]. Так, Н.А. Бердяев отмечал, что «о ценности ничего нельзя изрекать словами, потому что ценность должна предшествовать суждению, не зависеть от суждения» [4, с. 8]. Однако, несмотря на это, проанализировав современные философские и культурологические исследования, можно выделить основные признаки, которые определяют специфику общечеловеческих ценностей.

Согласно Е.В. Золотухиной-Аболиной, духовные ценности имеют «не инструментальный и не утилитарный» характер. Получается, что всё в этом мире наполняется неким смыслом и глубиной благодаря ценностям.

По М.С. Кагану, высшие духовные ценности можно распознать по «принципу всеобщности», который проявляется в формировании общечеловеческого видения мира. Эти ценности всегда выходят за границы частной жизни.

Высшие ценности есть «настолько превосходящее самого индивида что, он ощущает себя лишь моментом этой великой и могучей целостности» [3, с. 15-16]. Но именно благодаря сопричастности к прошлому, близкому и далекому, человек ощущает себя как нечто важное и значимое.

Упростить и попытаться рационально объяснить ценности – значит «снизить их и исказить» [3, с. 16]. Кроме того, «освобождение высших ценностей от одежд возвышенности оборачивается ликвидацией самого главного и основного – их мощной, побудительной силы» [3, с. 16].

Принято считать, что в современном обществе существует определённая иерархия ценностей, однако изначально для рассматриваемого нами понятия духовности характерно стремление именно к абсолютному. «Иерархическую организацию ценностных интенций можно образно представить в виде слегка усечённого конуса, – считает

Д.И. Дубровский. – Чем выше ранг ценностей, тем их меньше. На высших уровнях этого «конуса» есть свои рядоположенности, но их число нарастает по мере движения вниз» [6, с. 98].

Несмотря на трудность определения истинно высших ценностей, мировая история показала, что сквозь время, трудности и испытания первостепенными остаются понятия любви, добра, правды, милосердия и истины.

Согласно Е.П. Никитину, за всё время существования человечества существовали и продолжают существовать три высших духовных начала: познавательное, нравственное и эстетическое. А уже они, в свою очередь, отобразились в триединстве Истины, Добра и Красоты. Эта целостная триада и есть фундамент высокой духовности.

#### **Список использованных источников:**

1. С.Б. Крымский - Формулы духовности: новые контексты идентификации //Вопросы философии – 1992.- №12.-С.22.
2. П. А. Сорокин - Социодинамика культуры. В книге Человек. Цивилизация. Общество. – М., 1992.- С.492.
3. Е. В. Золотухина-Аболина - О специфике высших духовных ценностей. //Философские науки – 1987.- №-4. – С.13.
4. Н.Ф. Бердяев - философия свободы. Смысл творчества. М., 1989. С. 85.
5. М. С. Каган - О духовном. (Опыт категориального анализа) //Вопросы философии. – 1985.- №-9.-С.96.
6. Д. И. Дубровский - Проблема идеального. - М., 1983.- С.98.

©Давыдова О.Д., Цыпина А.К., 2021

**УДК 316.776**

## **ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА КОММУНИКАЦИЮ**

Жаров Д.М.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В данной статье рассмотрено влияние современных информационных технологий на коммуникацию. Выделены два направления: тенденции относящиеся непосредственно к самому феномену речи и его основной составляющей – языку; и тенденции, относящиеся к различным формам коммуникации, разнообразие которых сейчас,

благодаря достижениям научно-технического прогресса – появлению радио, телевидения и Интернета, достигло невероятных масштабов.

Основной, глобальной тенденцией на сегодняшний день в языке – является его упрощение, примитивизация и сокращение активного словарного запаса большей части населения планеты. На эту характеристику вектора развития речевой коммуникации в настоящее время влияет сразу несколько особенностей современных коммуникативных процессов. Во-первых, в процессе такого упрощения языка играет роль технологизация и «гаджетизация» коммуникативных процессов вообще, а не только устной речи, однако это, конечно, влияет и на речевую коммуникацию между людьми в устной форме. Другим фактором, обуславливающим такое развитие коммуникации, является так же глобальный тренд ускорения темпа жизни – это относится практически ко всем общественным процессам.

В современном мире резко возросло среднее количество коммуникативных контактов одного человека за день и, соответственно, сократилось время контакта с одним конкретным адресатом устных сообщений. Таким образом, на первое место вышла прагматичность коммуникации, ее деловая составляющая, и эффективности в этом компоненте устного контакта можно добиваться без широкого словарного запаса, и даже где-то нарочно сводя к минимуму количество употребляемых слов. Таким образом, активный словарный запас каждого конкретного человека сокращается, позволяя при этом достигать основных экономических, социальных и культурных целей.

Другой важной, масштабной тенденцией цифровых технологий является распространение жаргона (сленговых выражений), неологизмов, которые не обязательно могут быть заимствованными словами. Они диктуют не просто отбрасывание ненужных, «лишних» слов, но также упрощение уже внутри оставшегося запаса – сокращения, изменение смысла используемых слов, появление новых наборов слов или их значений, зачастую используемых внутри каких-то узких сообществ.

Одной из наиболее важных тенденций всех общественных систем в настоящее время является глобализация всех сфер социальной жизни. Наиболее яркое проявление – это использование «англицизмов». Однако в настоящее время, особенно в устной речи, заимствуются не только отдельные слова, но целые речевые конструкции, которые являются устойчивыми для одного языка, но не характерны для грамматических и лексических особенностей другого языка, и в силу переноса становятся обыденными в устной речи на другом языке, для которого они являются несвойственными.



Другим важным направлением на современном этапе развития коммуникаций является расширение различных форм и каналов, посредством которых могут осуществляться коммуникации.

Вплоть до XX века аудитория оратора ограничивалась мощностью его голосовых связок. Первые изменения в этом смысле произошли с появлением громкоговорителей – прообразов микрофона, которые несколько расширяли возможный круг слушателей вещателя. Следующим этапом в устной коммуникации стало появление радиосвязи. С появлением и последующим практическим внедрением радио для массовой аудитории произошло ключевое изменение в рамках процесса устных коммуникаций – теперь они перестали быть локальными, ограниченными строгими территориальными рамками в пределах распространения звуковых волн из уст говорящего, и получили возможность называться и, что важнее, на самом деле быть массовыми. Последующие этапы развития коммуникаций лишь добавляли новые их формы, которые так же становились определенными типами массовых коммуникаций.

Другим структурным изменением в формах коммуникации стало появление телевидения. В отличие от радио, в этом виде массовых коммуникаций к аудиоряду добавляется еще видеоряд, что создает дополнительные возможности для трактовки сигналов слушателями, получаемых ими от говорящего. Это так же расширило направления использования устной речи в рамках массовой коммуникации: если по радио передавались в основном информативные материалы, либо вокальные музыкальные произведения, то возможности телевидения позволяли творческие, культурные форматы устных коммуникаций сделать массовыми, доступными огромному кругу слушателей. Технические особенности телевидения так же позволили расширить сами форматы таких творческих направлений: стали в больших количествах сниматься кинофильмы, создаваться различные ток-шоу и другие подобные варианты творческой организации устных массовых коммуникаций.

Появление интернета еще больше расширило возможности для коммуникаций массового типа: к уже существующим формам добавились всевозможные видеоблоги, каналы на различных видеохостингах и в социальных сетях. Мобильная связь, а затем и социальные сети внесли огромные изменения в диалоговый формат устной коммуникации – теперь участникам диалога стало необязательно находиться в одной территориальной точке, и устная коммуникация в формате диалога оказалась возможной для людей, находишься в диаметрально противоположных частях земного шара.

На сегодняшний день мы находимся в ситуации огромного разнообразия форм коммуникации: в базовых формах диалога и монолога появились возможности для преодоления территориальных барьеров, с помощью достижений техники как диалоговый формат, так и монолог могут быть форматами массовой устной коммуникации, что накладывает определенные обязательства на качество и содержательное наполнение такой устной коммуникации. Говоря о современных языковых изменениях, стоит отметить, прежде всего, факторы технологизации коммуникаций вообще, а также ускорения темпа жизни, повышения скорости социальных коммуникаций человека, что определяет тенденции к упрощению языка, сокращению словарного запаса и отдельных слов, масштабному использованию жаргона, англицизмов и неологизмов, а также к начавшемуся процессу умирания языков, не используемых в сфере образования.

**Список использованных источников:**

1. Айвазян О. О. Сущность, содержание и условия взаимодействия языка и общества в современном мире. Журнал «European Since». Москва, 2015. с. 1–3.

2. Александрова О. Проблема воспитания речевой (коммуникативной) культуры в процессе обучения русскому языку // <http://www.ruscenter.ru>

3. Аннушкин В. И. Предмет риторики и культуры речи в составе речеведческих и общегуманитарных дисциплин // <http://www.portal-slovo.ru/philology>

4. Архарова Л. В. Риторика как социокультурное явление. Журнал «Философская школа», №7. с. 71–78.

5. Долгушин Д. О современном русском языке и культуре речи // <http://my.mail.ru/community/viktory>

6. Котенко Л. П. Тенденции развития коммуникативно-речевых компетенций в современном мире. Журнал «Педагогическое образование в России», №12. Москва, 2011. с. 86–90.

7. Кузнецова В. В. Коммуникативно-речевая компетенции - основа профессиональной культуры учителя. Журнал «Человек и образование», №2. Москва, 2010. с. 71–73.

8. Плешаков В. А. Социальные сети интернет-среды как фактор киберсоциализации студентов. Журнал «Научный вестник Норильского индустриального института», №7. Норильск, 2010. с. 17–23.

©Жаров Д.М., 2021

УДК 316.774

## МЕДИАПРОСТРАНСТВО: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Идрисова А.Р.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

По поводу самого определения медиапространства в академической среде на сегодняшний день нет единой точки зрения или даже какого-то примерного консенсуса. Среди наиболее противоречивых подходов можно выделить:

1. Текстцентричный. В рамках этого направления медиапространство рассматривается как совокупность медийных текстов, является платформой для дискурса через такие средства.

2. Технологический. Его суть заключается в том, что медиапространство понимается как «виртуальная» реальность, поддерживаемая с помощью, прежде всего, материальных технологий.

Мне кажется не совсем верным такое определение медиапространства через средства передачи информации (в первом случае это текст и его материальные носители, а во втором – электронные устройства). Этот относительно новый термин состоит из двух слов – «медиа» и «пространство», каждое из которых имеет свою содержательную нагрузку. Словом «медиа» обозначается совокупность средств коммуникации, способов передачи информации и образуемая ими информационно-коммуникативная среда. «Пространство» – это одна из форм существования материи, то есть внешняя среда положения, прежде всего, материальных, но также и идеальных вещей. Исходя из этимологии этих двух слов, наиболее релевантным, на мой взгляд, является третий, структурный подход, в котором медиапространство определяется как институциональная среда, система средств массовой коммуникации, формирующая свое социальное поле и являющееся полноценной структурой со своими, системными характеристиками. В современных условиях, в частности, с развитием техники, формируются условия не только для еще большей атомизации и дезинтеграции различных общественных структур, но и для интенсификации взаимодействия между ними. Поэтому, при необходимости рассмотрения медиапространства как отдельной системы, не стоит забывать о том, что медиапространство так же выступает в тесной связи с другими сферами общественной жизни – экономикой, политикой, социальной и культурной сферами.

Таким образом, можно сказать, что медиапространство – это система средств массовой коммуникации и создаваемое ими информационное окружение, которое опосредует большинство сфер общественной жизни и ежедневную деятельность человека.

Отталкиваясь от такого определения медиапространства, становится очевидным, что медиапространство как определенный элемент общественной жизни сформировалось еще задолго до 1970-х годов, когда появился сам термин и оно стало предметом исследований и минимального, исходного теоретизирования. До середины XX века, по сути, единственным агентом медиапространства были периодические печатные СМИ – газеты и журналы, которые являлись не только средствами репрезентации массовой повестки, но и ее основными регуляторами. В этот период в медиапространстве, как и в других отраслях экономики, существовала ситуация доминанции предложения над спросом – владельцы СМИ самостоятельно, через свои мировоззренческие позиции определяли идеологический и информационный вектор собственных изданий, предпринимая лишь минимальные усилия для соответствия аудитории и потребительским ожиданиям.

С началом научно-технической революции 1970-1980-х годов, в медиапространстве появляются новые СМИ – радио, а затем телевидение, которые, кроме отличных от печатных СМИ способов передачи информации – аудио- и видеосигналов, внесли важные изменения в саму структуру медиасреды. У потребителей информации впервые появилась возможность реального выбора – не из нескольких газет, в которых освещались часто одни новости и вопросы, а из принципиально разных источников информации – печатных СМИ, радио или телевидения. Как уже было сказано, эти институты медиапространства отличались способами передачи информации, но это ключевое различие так же определяет и содержательное наполнение этих СМИ – очевидно, что в печатной газете и на телевизионном канале невозможно передавать идентичные по своему содержанию материалы. Даже простое чтение текста диктором по телевизору – это не то же самое, что напечатанный текст на страницах периодического издания, потому что к нему добавляются внешний вид, фоновая обстановка, голос и интонации диктора, что, разумеется, влияет на восприятие информации, заключающейся в этом тексте реципиентом сигнала. Поэтому новые виды источников массовой информации, появившиеся в результате технического прогресса, не просто разнообразили медиапространство, но и автоматически сформировали требования к контенту в СМИ – он должен быть актуальным, свежим и интересным, иначе издание или радиоканал рискуют потерять свою аудиторию, которая выберет альтернативные,

более соответствующие ее запросам источники. В этот период происходит постепенная трансформация медиарынка – уже не только производитель, создающий продукт, определяет его основные характеристики, но и потребитель, который формирует тенденции спроса и через них влияет на сам создаваемый продукт.

Следующим этапом развития медиaprостранства стало появление Интернета, а затем, как логическое продолжение, социальных сетей. Несмотря на огромные изменения в различных бизнес-процессах, экономической и политической сферы, наверное, нельзя придумать более изменившейся среды, чем та, которую мы здесь обозначили как медиaprостранство. Первым, но не самым главным и достаточно логичным изменением является появление интернет-версий печатных СМИ. С помощью собственных сайтов, а также аккаунтов в различных социальных сетях они стараются расширить свою аудиторию, которая с появлением телевидения существенно сократилась. Подобным образом теле- и радиоканалы так же создают собственные платформы в Интернете, для более удобного доступа пользователей к своим материалам. Вторым и, на мой взгляд, ключевым изменением стало то, что с появлением Интернета и социальных сетей абсолютно любой человек может стать создателем медиаконтента. И до этого люди ежедневно создавали огромное количество информации в процессе своей деятельности, коммуникации с другими людьми и т.д., а с появлением социальных сетей люди получили возможность создавать контент не только для узкого круга личных знакомых, но, вообще, для всего человечества. Теперь для этого не нужно каких-то специальных ресурсов, огромных финансовых вложений и прочего, достаточно просто иметь устройство с доступом в Интернет.

При этом нужно сказать, что, несмотря на значительные изменения в медиaprостранстве, вызванные техническими возможностями, развитие источников массовой информации и коммуникации происходит не за счет смены одних другими, а за счет пополнения новых каналов передачи информации к уже существующим. Так, с появлением и невероятно быстрым распространением телевидения, радиостанции и печатные издания не прекратили свое существование. Да, они потеряли часть аудитории, но сохранили свою позицию на рынке, которая даже с появлением Интернета осталась за ними. Сейчас большую часть медиарынка занимает интернет и социальные сети – всевозможные каналы, блоги, влоги, просто аккаунты в социальных сетях и т.д. Однако при этом печатные СМИ переживают свое возрождение, приобретая для своего специфичного в современных условиях контента наиболее подходящую – электронную форму. Радиостанции теперь ориентированы не на покупателей радиоприемников, а на пользователей автомобилей, так

же заняв свою нишу в современных условиях. Телевидение остается актуальным и продолжает расширять свою аудиторию – сейчас практически в каждом доме нашей страны есть телевизор, который фактически занял место необходимого домашнего атрибута, наравне с холодильником и кухонной плитой.

Такое многообразие форм СМИ диктует уже иные диспозиции на медиарынке – теперь не предложение формирует спрос, а пользователи, потребители массовой информации выбирают, из каких источников и в каких формах они хотят ее получать. Поэтому контент, создаваемый медиапроизводителями, не всецело зависит от предпочтений собственников производства – они вынуждены считаться с тенденциями, трендами и требованиями спроса, которые растут каждый день.

Если говорить о традициях в медиапространстве, которые можно определить через такой поверхностно-институциональный анализ, не затрагивая самой сути и специфики процесса обмена информацией, то к ним можно отнести следующие.

Несмотря на общее изменение конфигурации на медиарынке, СМИ не утратили способности влиять на свою аудиторию, формировать ее мнение и вкусы, ее отношение к тем или иным проблемам. Этот вопрос относится, скорее, к самой специфике массового информационно-коммуникационного процесса, поэтому в этой статье мы не касались этой проблемы.

Вследствие сохраняющейся способности СМИ, по сути, создавать свою аудиторию, по-прежнему огромным значением обладают их собственники, которые определяют информационное, мировоззренческое и, вообще, содержательное наполнение материалов, создаваемых в их организациях.

Государственные институты, несмотря на широкомасштабные и глубокие демократические процессы, и сегодня стремятся к контролю за СМИ или, как минимум, участию в роли производителя на медиарынке, понимая роль источников массовой информации, которую они играют в формировании мнения и общественных настроений населения.

Таким образом, подводя итог, можно сказать, что значительные институциональные изменения медиапространства на протяжении нескольких последних веков привели к перераспределению ролей между спросом и предложением. Предложение, первоначально игравшее определяющую роль в медиапространстве, с появлением новых форм и способов передачи массовой информации отдало свою роль спросу, который стал ведущим на рынке и определяющим его конъюнктуру. Однако, несмотря на эти изменения медиарынке, сама специфика массового информационного процесса не изменилась, поэтому СМИ

сохранили за собой свои базовые сущностные характеристики, а вследствие этого и особенные черты институциональной организации.

**Список использованных источников:**

1. Глухарев Д. С. Медиапространство как элемент информационной безопасности. Журнал «Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки» №16; Челябинск, 2011. С. 109–111.

2. Зубанова Л. Б. Современное медиапространство: подходы к исследованию и принципы интерпретации. Журнал «Вестник культуры и искусств», №2; Челябинск, 2008. С.6-15.

3. Ним Е. Г. Медиапространство: основные направления исследований. Журнал «Бизнес. Общество. Власть» №14; Москва, 2013. С. 31–41.

4. Тарусин М. А., Федоров В. В. Взаимоотношения государства и средств массовой информации. Претензии населения к СМИ. Журнал «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены», №5; Москва, 2011. С.4-17.

5. Соловьев В. А. Влияние СМИ на политическую активность российской молодежи. Журнал «Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки», №2. Москва, 2015. С.153-163.

©Идрисова А.Р., 2021

**УДК 17.026**

**РЕЛИГИОЗНЫЕ УБЕЖДЕНИЯ И МОРАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ**

Колган Е.А., Пухир В.М.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Во все времена существовал определенный механизм мотивации различной деятельности человека. Каждый человек ежедневно сталкивается с выбором действий, как поступить в той или иной ситуации. Иногда выбор ни на что не влияет, а иногда именно он может кардинально изменить жизненный путь человека. Чем же руководствуется человек, совершая этот выбор?

Приверженность определенным религиозным убеждениям часто упоминается как эффективное средство сдерживания аморального поведения и как достаточно мощный стимул для морально похвальных действий. В каждой из религий образуются свои тенденции, определяя

соответствующий образ жизни больших масс людей, придерживающихся какой-либо религии. Каждая религия по-своему наставляет на истинный путь добра и отвергает зло. В большинстве случаев люди черпают свои этические или моральные взгляды из своей религии с самого детства. Большинство религий имеют явные или неявные требования, установки, или идеалы морального поведения, хотя они также включают в себя другие элементы – культовые действия, ритуалы. В некоторых случаях религии содержат четкие правила или заповеди: «Почитай своих отца и мать» или «Ты не должен убивать». Некоторые религии признают и почитают святых мучеников за веру или святых людей, которые служат нам образцом и примером добродетелей, которым необходимо следовать.

Думаю, что можно следовать теории мотивации, выделяя эмоции как наиболее важные элементы, которые влияют на выбор поведения. Конечно же, религиозные убеждения могут вызывать у верующего множество сложных эмоций. Если рассматривать эту теорию более подробно, в ней выделяются три эмоциональных состояния: страх, вина и благодарность. Результаты исследований на данный момент еще изучаются для оценки относительной мотивационной эффективности всех трех эмоций. Но, кроме этого, вероятны и негативные психологические побочные эффекты этих состояний, таких как агрессия и депрессия. Из различных исторических источников нам известно, что чувство вины перед Богом или чувство благодарности подопечным Бога может привести к значительному увеличению частоты действий, направленных против других людей или же против самого себя.

В то время как действие, мотивированное страхом наказания, или же, напротив, желанием получить похвалу, или достичь желаемого результата, можно рассматривать как просто благоразумную стратегию человека в ситуации, с которой он столкнулся. Стимул виновного человека и желание ответить взаимностью тому, кто был благословлен незаслуженными милостями, являются более вероятными кандидатами попадания в класс подлинных моральных реакций.

Моральные установки человека могут формироваться как в детстве, а именно - родителями через воспитание, так и в осознанном возрасте. Более того, они могут изменяться на протяжении жизни человека, но могут и остаться прежними. В детстве ребенок перенимает ценности своих родителей, поскольку они являются примером и образцом для него, а уже в процессе взросления для ребенка открываются новые точки зрения, другие взгляды на определенные вещи. Но я считаю, что часть моральных ценностей, которые прививают родители у многих остается на всю жизнь. Но бывают, конечно, и исключения, когда взгляды ребенка кардинально разнятся с семейными ценностями. В процессе социализации каждый



человек сам выбирает свою позицию по отношению к различным явлениям и событиям. В зависимости от этой позиции и формируются определенные поступки человека, через которые он добивается определенного результата. Ведь, совершая какое-либо действие, человек руководствуется именно своими моральными установками.

В отличие от религиозных убеждений, которые едины для всех людей, приобщенных к той или иной религии, моральная мотивация индивидуальна для каждого, поскольку у каждого человека свои представления и взгляды о хорошем и о плохом. Абсолютно любое действие всегда влечет за собой две противоположные оценки. Высказывая какую-либо определенную точку зрения, человек всегда получает в свой адрес и поддержку, и критику, что является нормой. Именно поэтому, даже негативная критика является нормальным явлением и её нужно спокойно принимать. Для кого-то тот или иной поступок будет добрым и правильным, а для кого-то напротив – бессмысленным и глупым. Но ведь в этом и проявляется индивидуальность мнения человека, у каждого оно может быть разное. Каждый человек вправе выбрать свою точку зрения и следовать именно своим моральным установкам, которые мотивируют его поступать так, а не иначе. В современном мире люди научились принимать различные точки зрения, поэтому не стоит бояться высказывать свою позицию или свое мнение на какую-либо ситуацию. И следуя своим моральным установкам, человек обязательно найдет своих единомышленников, которые разделяют его точку зрения.

Сложность моральной мотивации в реальной жизни может быть рассмотрена и объяснена путем интеграции времени и развития в моральное исследование. Моральная мотивация переосмысливается как развивающийся процесс самоорганизации, в результате которого моральные суждения и действия возникают в результате взаимодействия взаимосвязанных различных эмоциональных компонентов человека. В нашей повседневной жизни мы ежедневно сталкиваемся с множеством моральных проблем. Каждый день человек делает тот или иной выбор, и иногда этот выбор может сильно повлиять на жизнь человека. Как только мы обдумали и сформировали суждения о том, что правильно или неправильно, хорошо или плохо, эти суждения, как правило, оказывают на нас заметное влияние. В зависимости от этого формируются поступки человека, которые влияют на его жизненный выбор и дальнейший путь развития. Но, в конце концов, мы не всегда ведем себя так, как, по нашему мнению, должны, наши моральные суждения обычно побуждают нас. Однако они мотивируют нас, по крайней мере, в какой-то степени, действовать в соответствии с ними.

Моральная мотивация является примером более общего явления – того, что мы могли бы назвать нормативной мотивацией, поскольку другие наши нормативные суждения также обычно обладают некоторой мотивирующей силой. Когда мы принимаем нормативное суждение о том, что что-то хорошо для нас, или что у нас есть причина действовать определенным образом, или что конкретный образ действий является более рациональным, мы следуем именно моральной мотивации. Многие философы рассматривали мотивирующую силу нормативных суждений как ключевую особенность, которая характеризует их как нормативные, тем самым отличая их от многих других суждений, которые мы выносим. В отличие от наших нормативных суждений, наши математические и эмпирические суждения не имеют внутренней связи с мотивацией и действиями.

Мотивация является главной движущей силой в поведении и деятельности человека. Каждый день человек сталкивается с выбором, он самостоятельно строит свой жизненный путь, со своими моральными установками, своими взглядами и своим мнением на различные ситуации и явления. Именно поэтому в современном мире, где существует множество возможностей, моральная мотивация набирает популярность. Мотивация необходима для успешной деятельности человека. Именно поэтому, в современном мире успешные компании всё чаще формируют системы мотивации для своих сотрудников. Наиболее значимыми формами являются публичная похвала, признание заслуг и достижений. Это может быть выражено как в устной форме, так и размещением похвалы на корпоративном портале. Кроме того, работник может получить премию или даже повышение. Именно такой подход позволяет компаниям привлекать хороших кандидатов и повышать продуктивность действующих сотрудников.

**Список использованных источников:**

1. Асеев В.Г. Мотивация поведения и формирование личности.-М.,1976.
2. Бахтин М. М. К философии поступка // Философия и социология науки и техники. Ежегодник 1984-1985.
3. Бодалев А.А. Мотивация и личность. Сборник научных трудов. - М., изд. АПН СССР, 1982.
4. Гусейнов А. А. Этика и мораль в современном мире // Этическая мысль. 2000.
5. Нагой Ф. Н. Теории ценностей и проблема целостности мировоззрения личности // Вестник Пермского университета. Философия.
6. Поликанова Е. П. Моральные ценности и их роль в современном обществе // Философия и общество. 2014.

©Колган Е.А., Пухир В.М., 2021

УДК 1(091)

## ДИОНИСИЙСТВО И КАЛИГУЛА

Кривопуст Ант.В., Кривопуст Анд.В.

*Федеральное государственное казенное военное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский военный ордена Жукова институт имени генерала армии И.К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации», Новосибирск*

Немецкий философ Фридрих Ницше увидел в античной культуре два могучих борющихся между собой первоначала и назвал их именами греческих богов Аполлона и Диониса. Бог Дионис отражает вакхическую стихию жизни, буйство природных сил, бунт против традиций и застоя, а Бог Аполлон – разумность, умеренность стремление к гармонии и покою. Исходя из этого, Ницше развивает идею о существовании двух типов культур – «аполлонистической» и «дионисийской» [1, с. 16].

Философ стремится выявить истоки этих культур, раскрывает их сущность. Он считает, что истоки культуры восходят к человеческой природе. Анализируя природу человека, Ницше приходит к выводу, что в ее основе лежат природные инстинкты – страстное влечение к дерзновенным порывам, неограниченной разнузданности, сладострастию и жестокости.

Дионисийская культура – иррациональная изнутри, спонтанное начало, хаос, раскованный и непроизвольный образ жизни, свободный от пут и условностей, морали и религии. Дионисийство – торжествующее безумие, не знающее ни законов, ни ценностей, ничего кроме упоения. Край дионисийского начала культуры – мир дионисийских варваров.

Суть дионисийского начала наиболее ярко выражают кризисные явления в культуре Римской Империи.

В 37 году н. э в Римской империи новым императором, после смерти Тиберия, сенат провозглашает Гая Цезаря, прозванного Калигулой, что означало «сапожок». С детства он воспитывался среди воинов, которые и дали ему это прозвище. В римских войсках Калигула получает признание и любовь солдат. Для большинства воинов и римлян он был самым желанным правителем.

Свое правление император начинает с введения новых церемоний, культов и праздников, устраивает щедрые всенародные раздачи, гладиаторские бои, кулачные поединки и др. Калигула, за свое недолгое правление отличился не только пристрастием к безграничному разгулу, оргиям, но и жестокостью, и нелепыми тратами.

Дионисийское начало Ницше сравнивает с опьянением, когда спускается с цепи самое дикое зверство природы, вплоть до отвратительного смещения сладострастия и жестокости, которое представлялось философу подлинным «напитком ведьмы» [4, с. 200].

Именно в таком «опьянении», считает философ и находился Калигула, который был известен своими непристойными любовными отношениями. Гай Цезарь жил со своими сестрами в преступных связях, без сожаления избавлялся от своих жен, отправляя их в ссылку, как только они ему надоедали, запрещая еще с кем-либо сближаться. Насытившись одной, он заводил другую, зачастую разводил ее с мужем. Но сильнее всего Калигула любил Цезонию за ее сладострастие и расточительность.

Ницше был сторонником и проповедником такой произвольной и раскованной жизни, утверждая, что культура является противницей жизни. Религия, мораль подавляют природный инстинкт, который выступает как «воля к власти» и «могуществу». И лишь только жизнь свободная от пут и условностей расхожей морали и религии способна создать в борьбе и испытаниях, некий высший тип личности – «сверхчеловека» [3, с. 288-289].

Человек у Ницше занимает место Бога. Философ призывает избавиться от религии, а значит избавиться и от Бога, а на его место воздвигнуть человека высшей касты. Именно так поступил Калигула, приравняв себя к богам. Он приказал привести из Греции статуи богов, самых почитаемых в народе, и в первую очередь Зевса Олимпийского, – чтобы снять с него голову и заменить ее своей.

Зависти и злобы в Калигуле было не меньше, чем гордыни и свирепости. Он враждовал со всеми и мечтал о разгроме войск, о голоде, чуме, пожарах или хотя бы о землетрясении. Он сожалел о том, что его время не отмечено никакими всенародными бедствиями: правление Августа запомнилось поражением Вара, правление Тиберия – обвалом амфитеатра в Фиденгах, а его правление будет забыто из-за общего благополучия [2, с. 36].

В своей страсти и поступках Калигула всегда доходил до безумия. Так, в Пуиеолах, он собирает народ на церемонию освящения моста, а по ее окончании, Гай неожиданно приказывает сбросить людей в море, а тех, кто пытался спастись, хватаясь за кормила судов, баграми и веслами отталкивал вглубь. Император клеймил раскаленным железом граждан первых сословий, заставлял отцов присутствовать при казни их детей, чудовищность своих поступков усугублял жестокостью слов.

О свирепом нраве императора свидетельствовали и устраиваемые им зрелища, когда преступников бросали на растерзание диким зверям, не разбираясь, кто, в чем виноват.

Все свои поступки Гай считал простым баловством, которое позволительно только Богам [2, с. 72].

Все эти безумства и разбои привели к помрачению его рассудка, породили в нем самые противоположные пороки, одной стороны – непомерную самоуверенность, а с другой – отчаянный страх.

Римляне готовы были покончить с Калигулой, но заговоры раскрывались и люди боялись и медлили, не находя удобного случая.

Однажды в восьмой день до февральских календ около семи часов Калигула, намеривался идти к дневному завтраку, но колебался. Но его все-таки уговорили выйти. Ничего не подозревая, Гай шел через подземный переход, когда центурионы, посвященные в заговор, оттеснили толпу сопровождающих его слуг и ему был нанесен первый удар, он повалился на землю, затем последовали удар за ударом и так до последнего вздоха Калигулы. Вместе с ним погибли его жена Цезония, зарубленная центурионом, и дочь, которую разбили о стену.

В вечном противостоянии двух начал в одной личности, зачастую одерживает верх одно из них. Дионисийское начало Калигулы вырвалось на свободу и приобрело варварский характер. Полностью истребив в своей личности моральные ценности, ощущая себя сверхчеловеком, непогрешимым и всевластным, Калигула утонул в самозабвении, забыв аполлонические законоположения.

#### **Список использованных источников:**

1. Завьялова А.Н. Философские основания стиля модерн /А.Н. Завьялова // Интернаука. – 2019. – № 35(117) – С. 15-19.
2. Ильин Е.П. Психология зависти, враждебности, тщеславия / Е.П. Ильин. – СПб.: Питер, 2014. – 208 с.
3. Кононенко Б.И. Большой толковый словарь по культурологии / Б.И. Кононенко. – М.: Вече АСТ, 2003. – с. 512.
4. Шажинбат, А. Аполлоническое и дионисийское – первоначала культуры / А. Шажинбат // Искусствоведение в контексте других наук в России и за рубежом: Параллели и взаимодействия: Сборник трудов Международной научной конференции, Москва, 23–28 апреля 2017 года / Под общей ред. Г.Р. Консона. – М.: Издательство «Согласие», 2017. – С. 198-206.

©Кривоуст Ант.В., Кривоуст Анд.В., 2021

УДК 177

## ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО АРТ-БИЗНЕСА

Кулижников Е.А., Пухир В.М.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Далеко не секрет, что в XXI веке люди изменили свое отношение к современному искусству и творчеству. И здесь можно рассматривать несколько аспектов: манеру создания так называемого «шедевра современности», способ приобретения произведений и отношения всех участников сделок.

Если оставаться честным до конца, то современное искусство притягивает и пугает одновременно. Нередко в картинах, инсталляциях и других изобразительных способах отражения действительности невозможно найти никакого здравого смысла, не говоря уже о нравственных и эстетических моментах. Можно изображать обнаженную натуру, можно рисовать убийство, можно прибивать себя к брусчатке, а можно нагим выходить на улицу, выдавая это за перформанс. Это якобы не что иное, как выражения внутреннего мира творца, его нравственных устоев, идей. Таковы «гримасы» современное искусство в различных его проявлениях.

Как мы видим, манера выражения основной художественной идеи входит в противоречия с общественными нормами. И несмотря на то, что есть общественный запрос и моральные нормы, все эти, так называемые, «произведения искусств» были доступно для обозрения, и тем самым вызывали шок у простого обывателя. Причем с развитием IT-технологий, которые плотно вошли в нашу жизнь, это получило широкую огласку.

Рассматривая вопрос этики в арт-сфере, необходимо коснуться еще очень важного аспекта. Известность современных художников нередко зависит не от их таланта – все находится в руках арт-дилеров, маркетологов, владельцев галерей и других влиятельных персон. Современные галеристы призывают популярных звезд кино и эстрады пиарить в социальных сетях свои галереи и работы художников. Таким образом популярность многих современных художников, скульпторов, кинорежиссеров, актеров растет не за счет их таланта, а за счет известности того человека, кто их рекламирует, а также за счет количества лайков и репостов в интернет пространстве. Отсюда плавно вытекает еще одна этическая проблема. Это взаимоотношения художника и владельца галереи. Несмотря на то, что галерист является всего лишь посредником

между художником и покупателем, он использует художника в своих целях. Их отношения больше похожи на рабовладельческие. Владельцы галереи пытаются продвинуть свой товар, не давая возможности автору выставляться в других местах. При этом он забирает большую часть стоимости продукта и создает свой имидж за счет таланта художника.

Следующий вопрос, который наталкивает нас на размышление – особенность ценообразования на арт-рынке, которое имеет мало общего с классическим ценообразованием в экономике и связано зачастую не с художественными достоинствами продаваемого произведения. Чтобы обрести статус произведения искусства, вещь должна быть признана художниками, критиками, кураторами, спонсорами, дилерами, коллекционерами. Такое количество участников процесса заметно влияет на цену произведения, которое само по себе не требует много труда и создается за короткое время. В стоимость также входят расходы на рекламу и различные выставки. Есть еще один пример ценообразования. Легендарный швейцарский арт-дилер и коллекционер произведений искусств XX-XXI вв. Эрнст Бейелер однажды заявил: «Если я не могу что-то продать, я удваиваю цену на этот предмет» [3]. В данном случае приобретение произведений искусства происходит в качестве инвестиций, но никак не в качестве духовного обогащения и наслаждения. Таким образом, достоинства произведения рассматриваются с точки зрения актуальности и продаваемости.

В итоге влиятельные люди покупают картины или иные продукты творчества за баснословные деньги не для того, чтобы ими восхищаться, не потому, что они несут определенный нравственный смысл, а именно из-за следования навязанному мнению различных экспертов в области культуры и искусства. Это своего рода выгодные инвестиции на будущее. Рекордные суммы, потраченные на приобретение шедевров (в том числе современности) дает шанс не только попасть в новостные заголовки, но и стать законодателем моды, подвергнуться «хайпу». Формируется осознание того, что в настоящее время стоимость культурного произведения важнее самого произведения. Для современных коллекционеров ценник является сигналом для приобретения экспонатов. Почему кто-то готов потратить на картину больше, чем обычные люди готовы заплатить за новую квартиру?

Во-первых, это сейчас является престижным. Это некая демонстрация собственных возможностей. Во-вторых, выходит на первый план инстинкт охотника, что приносит коллекционерам огромное удовольствие. А в-третьих, кто-то получает «звание» покровителя искусства, что является престижным в современном мире.

В обществе таких «ценителей» искусства гораздо легче продавать дорогостоящие подделки. И недобросовестные эксперты уверены в своей безнаказанности, так как людям важно то, чем они владеют в настоящее время, имеют огромные деньги, широкую известность, а через некоторое время смогут перепродать эти так называемые «произведения искусства» намного дороже.

Это лишь верхушка «айсберга» такого огромного арт-бизнеса. И для того, чтобы этические нормы соблюдались между всеми участниками, Ассоциация галерей современного искусства (AGA) приняла Кодекс профессиональной этики участников арт-рынка. Это основополагающий документ, на который должны опираться в своей деятельности все члены объединения для того, чтобы урегулировать взаимодействия участников рынка и сделать его более прозрачным. Там прописаны формы взаимодействия художников и галереи, регламентирован переход художника из одной галереи в другую, даже указаны размеры получаемых комиссионных денег в каждом отдельном случае и многое другое. Но вот вопрос – будут ли их неукоснительно соблюдать даже члены ассоциации, не говоря уже о других галеристах.

**Список использованных источников:**

1. Шоломова Т.В. Основные проблемы этики арт-бизнеса//<https://studfile.net/preview/6340218/>. Дата размещения 30.03.2016. Дата обращения 29.10.2021.

2. Эстерова М., Богданов В. Почему искусство стоит миллионы? [URL]: [http://artinvestment.ru/en/news/artnews/20111216\\_why\\_is\\_art\\_so\\_expensive.html](http://artinvestment.ru/en/news/artnews/20111216_why_is_art_so_expensive.html). Дата размещения: 16.12.2011. Дата обращения: 28.10.2021.

3. <https://www.theartnewspaper.ru/posts/9158/>

**©Кулижников Е.А., Пухир В.М., 2021**



УДК 172.2

## ПРИНЦИП ПРОЗРАЧНОСТИ КАК ИНДИКАТОР СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Курилов В.А.

*Государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования города Москвы  
«Московский городской педагогический университет», Москва*

Бормашева Е.К.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Насколько значим принцип прозрачности финансирования и деятельности некоммерческих организаций говорят скандальные события ноября 2021 года. 11 ноября общественные организации «Международное историко-просветительское, благотворительное и правозащитное общество «Мемориал»» и Правозащитный центр «Мемориал», признанные в Российской Федерации НКО – иностранными агентами в 2016 и 2014 годах соответственно, получили уведомление от Верховного суда. Генеральная прокуратура потребовала ликвидировать их за систематическое нарушение действующего законодательства об иностранных агентах, а именно ФЗ 121 «Об иностранных агентах». Речь шла об отсутствии должной маркировки в публикациях «Мемориала». Судебное заседание должно пройти 25 ноября.

Правление организации настаивает на том, что никаких законных оснований для ликвидации нет и называет вынесенное решение политическим. В своем заявлении члены правления отмечают, что организации неоднократно настаивали на отмене ФЗ 121 «Об иностранных агентах», который, по их мнению, был принят для того, чтобы преследовать организации, к которым не существует содержательных претензий, кроме идеологических.

В действительности, в основание решения о признании их иностранными агентами были положены достаточно жесткие формулировки: «Данные организации выполняют и осуществляют в Российской Федерации деятельность, направленную на подрыв основ существующего государственного строя» [1].

На протяжении многих лет, обе организации скрывали от граждан и общества факт признания их иностранными агентами, игнорируя требования федерального законодательства. За данное правонарушение, должностные лица привлекали данные организации, с 2019 года более 28

раз к административной ответственности, с назначением штрафов на общую сумму, превышающую 6.5 миллионов рублей.

В ходе следственных мероприятий удалось установить, что эти старейшие правозащитные организации осуществляли информационную поддержку запрещенных организаций на территории Российской Федерации «Хизб Ут-Тахрир», «Свидетели Иеговы», а также лиц осуждённых за совершение преступлений, квалифицированных как экстремистские. «Хизб Ут-Тахрир» запрещена на территории Российской Федерации решением Верховного суда от 14 февраля 2003 года N ГКПИ 03-116, так как имеет целью устранение всех правительств кроме исламских государств во всемирном масштабе, путем воссоздания «Всемирного исламского Халифата», первоначально в регионах с преимущественно мусульманским населением, включая Россию и страны СНГ. В республике Татарстан функционирование данной организации, признанной экстремисткой на территории РФ, выразилось в диверсионно-террористической деятельности и убийствах муфтиев.

Занимаясь исследованием политических репрессий в СССР и современной России, обе организации фальсифицировали историю страны. Слова одного из историков организации, А. Петрова о 1,5 миллиардах репрессированных, давно стали «мемом». Просветительская деятельность «Мемориала» сводилась к внедрению в сознание нашего народа комплекса вины и синдрома перманентного покаяния.

Чтобы исключить возможность подобной латентной деятельности других некоммерческих организаций, необходимо внедрение принципа «прозрачности» в процессы финансирования и их деятельности [2].

И чем влиятельнее организации, чем сильнее их воздействие на социальные процессы, происходящие в стране тем более открытой и прозрачной должна быть их деятельность.

Одной из основных заинтересованных сторон, которым некоммерческие организации обязаны прозрачностью, будут их члены и сторонники, а не коммерческий сектор [3].

Поскольку потребность в прозрачности имеет моральную основу, те, кто реализует социально-ответственную деятельность, имеет моральное обязательство быть прозрачными в отношении того, как они ее осуществляют.

Прозрачность начинается с обязательства. Как только выбрана конкретная стратегия, необходимо рассмотреть аспекты её выполнения. Как минимум, они включают:

заявление правления (совета директоров) об общей политике и подходе;

программы управления правлением (советом директоров) для оценки прогресса и результативности выполнения им поставленных задач и проводимой деятельности;

распространение и обнародование стратегии прозрачности среди высшего руководства некоммерческой организации;

конкретные, подробные, письменные и широко распространенные практики прозрачности, охватывающие сбор, анализ и отчетность по организационным показателям;

институционализация прозрачности как часть ключевых годовых целей сотрудников;

программы документирования и защиты конкурентных активов и данных, собранных в ходе реализации деятельности некоммерческой организации;

программы соответствия для программ и положений, касающихся установления прозрачности;

создание будущих групп по анализу и мониторингу прозрачности;

программы взаимодействия для поощрения участников, партнеров, поставщиков и т.д.;

программы для признания и поощрения образцовой работы, и увеличения мотивации среди заинтересованных лиц и участников некоммерческой организации;

разработка информационных программ и политик;

коммуникационные программы для ключевых заинтересованных сторон;

создание каналов обратной связи;

программы оценки для мониторинга прогресса проводимой деятельности некоммерческой организацией;

планы действий в чрезвычайных ситуациях, подготовка к непредвиденным событиям или запросам;

разработка программ по антикризисному управлению.

Эффективные инструменты прозрачности обычно не являются удобоваримыми для исполнения механизмами. Некоторые руководители организаций довольствуются публикацией бесполезной или даже ложной, вводимой в заблуждение информации [4]. Эта стратегия доступна из-за большого объема информации, имеющейся в распоряжении организаций, особенно в эпоху цифровых данных.

Выборочное или неполное раскрытие, при котором субъект прозрачности смог осуществлять контроль над информацией в своих интересах, может снизить прозрачность, а не увеличить ее. Что имеет значение, так это прозрачность, которая дает равную или подобную

повествовательную силу, способную выстроить определенное поведение, равное ситуации, будь то в суде или в СМИ [5].

Власть над информацией сегодня заключается в большей степени в контроле над массивами больших данных, чем в сокрытии конкретных документов или информации. По этой мере мир становится менее, а не более прозрачным.

Один умный маневр, который некоторые организации используют, чтобы казаться прозрачными, оставляя заинтересованных лиц неинформированными, – это передача большого массива бесполезной или второстепенной информации обществу и заинтересованным лицам. Один из факторов, способствующий возникновению принципа прозрачности, – контроль и недопущения избытка полезной информации, в доступности для конечной аудитории [6].

Следует внимательно отслеживать и минимизировать влияние пяти организационных форм поведения, которые ограничивают развитие принципа и политики прозрачности в некоммерческой организации:

1. Непрозрачность, когда организации не обязаны по закону быть прозрачными и, следовательно, не являются таковыми.

2. Предотвращенная прозрачность, когда организация активно и незаконно препятствует доступу к информации.

3. Препятствование прозрачности напрямую, сокрытие информации и фактов.

4. Напряженная прозрачность, которая включает сознательно или бессознательно ограниченный доступ к информации из-за ограниченных ресурсов или неполноценности документов.

5. Максимальная прозрачность, при которой вся информация предоставляется, но без систем регистрации, индексов или регистров, помогающих организовать быстрый поиск и сбор необходимой информации. В этом случае, организации могут предоставить всю информацию, относящуюся к какому-либо вопросу, включающему сотни документов, что затрудняет для заинтересованных лиц поиск конкретной информации, которую они ищут, если не будет также предоставлен индекс или другой материал для организации поиска документов.

Каковы же практические преимущества принципа прозрачности в деятельности некоммерческих организаций?

Это прежде всего утверждения чувства справедливости. Фундаментальное преимущество прозрачности заключается в том, что она делает человеческие отношения более справедливыми. Утверждение о том, что справедливое общество может существовать только тогда, когда существует достаточная прозрачность, позволяющая мне согласиться с правилами этого общества и судить о них как о справедливых, верно.

Прозрачность – это средство, с помощью которого мы можем коллективно согласиться с тем, что системы распределения, регулирующие нашу жизнь «правовые», «административные» и «рыночные» действительно справедливы.

Деятельность некоммерческих организаций. Устойчивость проявляется в том, что некоммерческие общественные организации действуют открыто и прозрачно, гражданское общество склонно проявлять к подобного рода деятельности организациями безусловное доверие. Некоммерческие организации действующие в соответствии с принципом прозрачности, легко и доступно, могут заслужить доверие общественности.

**Список использованных источников:**

1. <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7755/>
2. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_132900/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_132900/)
3. <https://hbr.org/2014/10/the-transparency-trap>
- 4.

[https://obamawhitehouse.archives.gov/realitycheck/the\\_press\\_office/Transparency\\_and\\_Open\\_Government](https://obamawhitehouse.archives.gov/realitycheck/the_press_office/Transparency_and_Open_Government)

5. [https://www.oecd-ilibrary.org/open-government-how-transparency-and-inclusiveness-can-reshape-public-trust\\_5jg017414mlt.pdf?itemId=%2Fcontent%2Fcomponent%2F9789264268920-8-en&mimeType=pdf](https://www.oecd-ilibrary.org/open-government-how-transparency-and-inclusiveness-can-reshape-public-trust_5jg017414mlt.pdf?itemId=%2Fcontent%2Fcomponent%2F9789264268920-8-en&mimeType=pdf)

6. <https://icma.org/transparent-governance-anti-corruption>

©Курилов В.А., Бормашева Е.К., 2021

**УДК 378**

**АКТИВИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧЕБНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ  
НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА  
ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ МАКСИМАЛЬНОГО ЭФФЕКТА**

Кушнарева И.В., Кирсанова Е.А.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Любое предприятие для обеспечения финансового успеха выходит на рынок, предлагая определенный товар, способный удовлетворить те или иные человеческие потребности.

Для образовательного учреждения рыночным предложением является образовательная услуга, рассматриваемая как основная и сопровождаемая получением и приобретением сопутствующих товаров и дополнительных

услуг. Прежде чем дать характеристику образовательной услуге, следует рассмотреть содержание терминов «услуга» и «образование».

Услуга – это любое мероприятие или выгода, которое одна сторона может предложить другой и которое в основном неосвязаемо и не проводят к завладению чем-либо. Результатом услуги может быть какое-либо изделие или полезный эффект.

Повышение качества услуг можно обеспечить с помощью следующей системы, состоящей из трех этапов. На первом этапе осуществляется подбор персонала и его обучение. Содержание второго этапа предоставления услуг, разработке сервисного плана и определении «узких мест» обслуживания. Заключительный этап – это контроль над качеством предоставляемых услуг, над степенью удовлетворенности клиентов через анализ их жалоб, замечаний и предложений, а также анализ опыта конкурентов и его использования для повышения качества услуги [1].

Под образованием понимается процесс и результат совершенствования способностей и поведения личности, при котором она достигает социальной зрелости и индивидуального роста.

Главную цель образования как важнейшей сферы общественной деятельности можно представить в качестве совокупности трех составляющих:

- повышение ценности человека как личности, работника, гражданина;
- развитие образовательной базы и рост благосостояния сотрудников учебных заведений;

- обеспечение непрерывного роста интеллектуального потенциала как важнейшей предпосылки общественного процесса.

Реализация целей образовательных учреждений осуществляется через создание и предложение на рынок образовательной услуги.

Таким образом, учебное заведение предлагает на рынок образовательные программы и опосредованно, через своих выпускников, которые в результате потребления образовательных продуктов приобрели знания, умения и навыки соответствующих специалистов, которых приобретают предприятия- работодатели.

Успешная деятельность образовательного учреждения зависит от хорошо скоординированных действий подразделений, формирующих внутреннюю среду маркетинга. Внутренняя среда – это фундамент, на котором строится маркетинговая деятельность образовательного учреждения. Она включает:

- ресурсное обеспечение образовательного учреждения (его управленческий, научно-педагогический, методический, финансовый, материально-технический потенциал, внутренняя культура предприятия);

организационное обеспечение (системы и инструменты управления, планирования и контроля);

информационное обеспечение (маркетинговая информационная система образовательного учреждения).

Все эти элементы внутренней среды, следуя концепции маркетингового подхода, должны жестко контролироваться организацией, функционировать как единое целое, «мыслить, как потребитель», чтобы обеспечить клиентам образовательную услугу, имеющую высокую потребительскую ценность. С этой целью нами был создан портрет потребителя [2], причем учтены особенности использования как массовых открытых электронных курсов, так и индивидуальных.

Внутренняя среда образовательных учреждений по сравнению с другими сферами экономики имеет наиболее широкие устойчивые и сильные обратные связи с внешней средой, так как формирует целое поколение специалистов, которое в своей дальнейшей деятельности начинает определять изменения этой среды. С другой стороны, образование в большей степени, чем какая-либо другая сфера деятельности, испытывает на себе воздействие внешней среды, являясь по существу ее слепком.

Для осуществления успешной деятельности на рынке образовательному учреждению необходимо иметь полную и достоверную информацию и прогнозировать все важные для него изменения внешней и внутренней среды. На этом этапе хорошие результаты можно получить при использовании методики оценки качества услуг SERVQUAL в которой использованы такие критерии качества как: осязаемость (1-4 вопросы), надежность (5-9 вопросы), реактивность (10-13 вопросы), компетентность (14-17 вопросы), эмпатия (18-22 вопросы) [3]. С этой целью была разработана форма анкеты в один этап прохождения, для сбора сведений об ожиданиях (часть 1), представлено в табл. 1 и о восприятии услуги (часть 2), представлено в табл. 2.

В настоящее время осуществляется анкетирование студентов, анкета предоставляется студентам на двух листах формата А4. Данное анкетирование помогает обеспечить возможность образовательному учреждению своевременно принять решения, чтобы избежать негативных последствий, или использовать сложившуюся ситуацию в своих интересах.

**Всероссийская научная конференция молодых исследователей  
с международным участием  
«Социально-гуманитарные проблемы образования  
и профессиональной самореализации  
«Социальный инженер-2021»**

**Таблица 1 – Ожидания претендентов на должность при трудоустройстве в образовательной организации.**

Оцениваемые факторы/критерии качества		баллы				
Осязаемость (материальные элементы)		5	4	3	2	1
1	Наличие в университете современного оборудования		V			
2	Интерьер сайта, платформы университета		V			
3	Внешний вид сотрудников «контактной зоны»	V				
4	Наличие рекламных материалов, буклетов, стендов	V				
Надежность		5	4	3	2	1
5	Выполняемость обязательств по оказанию заявленных услуг к обозначенному сроку	V				
6	Аккуратность выполнения заявленных услуг	V				
7	Разрешаемость проблемных ситуаций клиента (студента, преподавателя)		V			
8	Достоверность обучающего материала	V				
9	Отсутствие ошибок и неточностей при выполнении операций при обработке результатов выполненных работ			V		

**Таблица 2 – Реальное восприятие работающих морально-психологического климата в коллективе.**

Оцениваемые факторы/критерии качества		Баллы				
Реактивность персонала		5	4	3	2	1
10	Дисциплинированность сотрудников		V			
11	Оперативность при оказании услуг		V			
12	Стремление помочь в решении проблем клиента (студента, преподавателя)	V				
13	Быстрота реагирования на просьбы клиентов	V				
Компетентность персонала		5	4	3	2	1
14	Сотрудники «контактной зоны» способны создать атмосферу доверия и взаимопонимания при установлении контакта со студентами		V			
15	Сотрудники демонстрируют вежливость и доброжелательность по отношению к студентам		V			
16	Сотрудники осуществляют эффективное обслуживание клиентов и демонстрируют всяческую поддержку	V				
17	Сотрудники грамотно проводят консультирование студентов по вопросам обучения	V				
Эмпатия		5	4	3	2	1
18	Проявление индивидуального подхода к студенту			V		
19	Сотрудники ориентируются на решение проблемы своих клиентов		V			
20	Сотрудники знают потребности своих клиентов		V			
21	Сотрудники лично участвуют в решении проблем студента	V				
22	Сотрудники оказывают информационную поддержку студентам	V				

**Список использованных источников:**

1. Кушнарера И.В., Кирсанова Е.А. Виды деловых коммуникаций и пути достижения максимального эффекта //В сборнике: Всероссийская конференция молодых исследователей с международным участием



"Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации" (Социальный инженер-2020). Сборник материалов Всероссийской конференции молодых исследователей с международным участием. Москва, 2020. С. 131-134.

2. Кушнарера И.В., Кирсанова Е.А. Повышение эффективности онлайн-образования технологического направления на основе использования информационных технологий //В сборнике: Инновационное развитие техники и технологий в промышленности (ИНТЕКС-2021). Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Москва, 2021. С. 204-207.

3. Федоськина Л.А. Службу служить - не поле перейти. Методика «SERVQUAL» как инструмент повышения инновационной активности в организациях сферы услуг //Креативная экономика. 2008. № 3 (15). С. 73-83.

©Кушнарера И.В., Кирсанова Е.А., 2021

**УДК 37.025.7**

**УЧЕБНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:  
СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ СТАНОВЛЕНИЯ  
ТВОРЧЕСКОГО, КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ**

Лалетина Е.А., Бормашева Е.К.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Идея обучения как исследования в мировой педагогической науке связано прежде всего с традицией поиска «нового воспитания» Ж.- Ж. Руссо и с философией Джона Дьюи, основателя философии прагматизма, пионера функционалистской психологии, лидера прогрессивного движения в образовании, во многом определившего облик философии США в первой половине XX века.

По его мнению, построение «творческой демократии» в политике невозможно без главного фактора – субъекта демократии. Под последним Дьюи понимал разумно и критически мыслящего гражданина, который ценит свою свободу и свободу других, является социально и морально ответственным. Каким образом можно получить такого субъекта? Эту задачу, по мнению философа, должна решать образовательная система, прежде всего – школьное образование. Но традиционная система не в состоянии решить эту задачу. Поэтому она должна быть реформирована, став образованием как исследованием.

В 1916 году Дьюи опубликовал книгу «Демократия и образование». Её главный тезис: к образованию нельзя подходить только с утилитарными мерками – с точки зрения подготовки будущей рабочей силы. Образовательный процесс не имеет ценности вне себя; он самоцель в творчестве личности. Его смысл – «дать возможность человеку продолжать образование, или, иначе, что цель и награда учения – продолжение возможности расти» [1]. Школа должна помогать ребенку реализовывать его собственный потенциал и собственный взгляд на мир. Образование – главный инструмент, обеспечивающий молодым людям равенство возможностей в реализации их социальных целей. Роль образования этим не ограничивается. Дьюи выдвинул революционную идею «универсального образования» – образования для всего общества. Её смысл – переориентация, начиная со школы, всех субъектов культуры. С универсальным образованием связана другая идея – непрерывного образования для всех возрастных категорий. Все общество должно находиться в процессе постоянного обучения и переобучения.

Поскольку жизнь людей постоянно находится в динамике, образовательный процесс должен реагировать на неё, прибывая в перманентной реорганизации с целью развития адаптационных навыков у подрастающего поколения. Если классическое образование обращено в прошлое и базируется на опыте предшествующих поколений, прогрессивное образование должно быть ориентировано на настоящее и будущее.

Одна из педагогических новаций Дьюи состояла в идеи обучения как исследования. Он предложил сместить акценты в обучении с накопления объема знаний учащимися на развитие их мыслительных навыков и умений самостоятельно получать результаты. Работу в школьном классе он рисовал в виде исследовательского процесса, который имеет фазы: фиксация проблемной ситуации; выдвижение пробных гипотез; приведение критериев; оптимальное решение. Дьюи считал ошибкой разделение когнитивных и моральных аспектов образования. И для того, и для другого требуются навыки обоснованного рассуждения. Чтобы ученики научились находить морально правильные решения, апелляция к «вечным ценностям» не поможет. Лучше активизировать их интеллект и заняться анализом факторов, составляющих контекст конкретной ситуации.

Работы Дьюи по образованию оказали огромное воздействие на мировую педагогическую мысль. Внимание к его новаторским идеям было вызвано не только желанием освободить педагогический процесс от архаики классического образования, но и пониманием того, что с помощью

нового типа образования можно подготовить социально ответственных граждан.

Чтобы процесс обучения был эффективным, он должен основываться на личном опыте учеников, который организует преподаватель. Задача обучения – это развивать у учащихся возможности творчески осваивать новый опыт. В основе этого развития лежит формирование творческого и критического мышления, опытных и эффективных средств обучения и исследования, поиска и определения личных отношений и ценностей. Ход и результаты обучения приобретают личностный характер.

Чтобы развивать исследовательскую и творческую познавательную деятельность, преподаватель должен искать конкретные способы создания среды, стимулирующей творчество в учебном процессе. Позволим себе предложить следующие рекомендации по созданию творческой обстановки в ходе обучения.

1. Устранять внутренние препятствия на пути к творчеству. Чтобы студенты были готовы к творческому поиску, вам нужно помочь им обрести уверенность в своих взаимоотношениях с окружающими – обучающимися в данной группе и педагогами. Их не должно беспокоить, примут ли их мнение или высмеют его. Они не должны бояться совершить ошибку.

2. Уделять внимание работе подсознания. Даже когда проблема находится в центре внимания, наше подсознание может работать над ней незаметно для нас самих. Некоторые идеи могут мгновенно «всплыть на поверхность». Важно зафиксировать и отметить их, чтобы потом его можно было прояснить, упорядочить и использовать.

3. Воздерживаться от оценок. Благодаря этому правилу учащиеся могут увеличить поток идей и тратить больше времени, чтобы иметь возможность свободно обдумывать проблему.

4. Показывать студентам способность использовать методы и аналогии для творческого поиска, создания и открытия новых ассоциаций и связей. Психологические исследования творческих процессов показывают, что креативные исследования расширяются из-за невидимых сравнений и сопоставлений. Образное мышление в метаморфических сравнениях многими исследователями считается «способностью детей и подростков быть гениями, но эта способность нуждается в поддержке и развитии». В старших классах работа с метафорами не только стимулирует образное мышление, но и спонтанное соединение творческих образов и их понимание, участие в творческом решении проблем. Для студентов эта способность имеет еще более важное значение.

5. Давать возможность умственной разминки. Во-первых, ситуация с совместным групповым поиском решений может показаться необычной и

вызвать замешательство. Необходимо дать студентам возможность освоиться в новой для них ситуации, например, «разминку».

6. Поддерживать живость воображения. Хотя рассеянное сопротивление воображения является признаком незрелости мысли, необходимо поддерживать проявление фантазий, поскольку свободное воображение является основой творческого мышления.

7. «Дисциплинировать» воображение, фантазию, контролировать их. Преподаватель со студентами помнят, что по прошествии определенного периода «зрелости идей» все соображения должны быть критически пересмотрены, а некоторые отброшены.

8. Устранять внутренние препятствия для мышления. Преподаватель создает ситуацию, когда студент чувствует, что какое-то соображение будет доброжелательно принято.

9. Расширение фонда знаний. Объем доступной информации – это фундамент, на котором рождаются новые идеи. Но есть неоднозначная зависимость творческих возможностей от информированности. Усвоение информации не заменяет и само по себе не развивает способность мыслить.

10. Дать студентам возможность осознать опыт работы, общую цель их творческой деятельности – изучить развитие их собственных творческих навыков при решении задач.

Все эти рекомендации даются только при свободном обмене идеями, мнениями в атмосфере живого обсуждения и творческой дискуссии. Еще одна их черта – личное участие обучающихся, которое может быть создано только при надлежащей включенности самого педагога.

Помимо формирования творческого мышления, другой общей целью в мировой педагогике, является развитие рационального, критического мышления. С точки зрения социального образования, его важность связана с идеей демократического общества, которое поддерживает уровень критического мышления граждан и, в совокупности, способность принимать осознанные, взвешенные решения.

Особое внимание уделяется специальному формированию мышления, развитию интеллектуальных навыков, то есть обучению навыкам мышления, процессам познавательного поиска.

Критическое мышление – это стержень развития интеллектуальных способностей. Развитие критического мышления в основном выделяется в перечнях декларируемых образовательных задач в большинстве развитых стран. Задача развития критического мышления, по мнению американского физика Р. Пола, состоит в том, чтобы студенты сами по себе, размышляя о естественных проявлениях человеческих склонностей рассматривать свои

убеждения и ценности единственно значимыми и правильными, пытались преодолеть эту склонность.

Р. Поль предложил отличать критическое мышление в «слабом» и «сильном» смысле. Использование анализа и дедуктивного мышления, особенно для обсуждения чужого размышления, является примером критического мышления в «слабом» смысле. С другой стороны, человек, обладающий «сильным» чувством критического мышления, не сосредотачивается на своей точке зрения, а по необходимости действует через себя, чтобы рассматривать свои идеи и представления, вызывающие самые сильные возражения, даже выдвинутые против них.

Систематическое включение критического мышления в процесс обучения должно не только привести к более глубокому и универсальному пониманию изучаемого материала. Преподаватели и психологи все чаще обращаются к этой специальной тренировке мышления и познавательной деятельности, в ходе которой «студенты могут предположить, что люди расходятся во мнениях и убеждениях, рассматривая это обстоятельство не как неприятную человеческую слабость, а как возможность учиться». Они смогут научиться у других, в том числе на их возражениях, различиях в восприятии, разных способах мышления.

**Список использованных источников:**

1. Дьюи, Дж. Демократия и образование /пер. с англ./ Дж. Дьюи. – М.: Издательство «Логос», 2000. С. 98.
2. Альтшуллер, Г.С. Творчество как точная наука / Г.С. Альтшуллер / 2-е изд. – Петрозаводск: Скандинавия, 2014.
3. Бермус, А.Г. Педагогический компонент многоуровневого профессионально ориентированного университетского образования/ А.Г. Бермус // Непрерывное образование: XXI век. – 2014. – Вып. 1.
4. Кларин, М.В. Инновационные модели обучения: Исследование мирового опыта / М.В. Кларин – Москва: Издательство «Луч», 2018.
5. Paul, R.W. Critical Thinking and the Critical Person / R.W. Paul – In: Thinking Report on Research. – Hillsdale: Eribqum, 2019.

©Лалетина Е.А., Бормашева Е.К., 2021

УДК 316.4

## СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ И ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Левчук И.И., Пухир В.М.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

С давних времен мудрых людей беспокоило то, как развивается общество, в котором они живут и как его можно изменить. Изучая историю, люди анализировали изменения состояния общества, оценивая успехи и поражения. Каждое поколение воображало свою версию общественного развития. Так и возникли теории социальных формаций.

Сегодня, в эпоху масштабных проблем, в первую очередь связанных с экологией планеты, большим количеством оружия, способного уничтожить все население Земли, осознание истории человечества, определение направленности его развития является жизненно необходимым.

Под социальным развитием в широком смысле понимается изменение общества, которое ведет к появлению новых общественных отношений, институтов, ценностей и норм [1, с. 5]. В узком смысле социальное развитие рассматривается, как изменение социальной структуры, отдельных институтов общества, характеризующиеся их новым состоянием.

Исследование о развитии общества в целом осуществляется по двум направлениям. Первое заключается в рассмотрении причин исторических событий и движущих им ходов истории, второе – в выявлении общего и особенного в истории, а также в создании на этой основе моделей развития истории и типа обществ.

Говоря о теориях движущих сил, можно выделить концепции духовного и «персоналистского» направления, которые влияют на развитие общества и определяются духовным развитием его членов. Представители теорий духовного развития общества – Р. Декарт, И. Кант, И. Гердер, О. Конт, А. Тойнби, Н. Бердяев, П. Сорокин и многие другие мыслители. Они акцентировали внимание на разуме, духе, воле, жизненной силе человека. Однако все это не дает возможности составить общую реальную картину всех обстоятельств, обуславливающих общественное развитие, ведь материальные условия очень сильно влияют на жизнь общества и являются значительными всегда.

Среди материалистических теорий основы развития общества можно выделить следующие концепции: географической обусловленности (Г. Бокль, Ф. Ратцель, П. Савицкий, Г. Гримм), экономического фундамента (К. Маркс, Ф. Энгельс, Р. Джонс), научно-технологического учения (Т. Веблен, Р. Арон, Д. Белл, Ж. Фурастье), экологического учения (Дж. Кларк, Дж. Стюарт, М. Харрис) и др.

На первый взгляд, социальное развитие обусловлено именно совокупностью причин, но главными из них являются естественные установки, поскольку люди и все их действия имеют конечной целью достижение состояния счастья. Как отмечал ирландский историк и политик начала XX в. Д. Бьюри, прогресс обусловлен надеждой людей на лучшую жизнь, позитивное изменение мира [3, с. 26].

Какими бы мотивами ни было определено социальное развитие, ему всегда присущи определенные признаки. Это: невозврат – неисправность когда-то произошедших изменений и возвращения в начальное состояние; направленность – сосредоточенность развития следовать по какой-либо выбранной модели; закономерность – вечная взаимосвязь различных институтов, выражающаяся в повторении социальных явлений в разных обществах при схожих обстоятельствах [2, с. 132].

Среди моделей социального развития можно выделить циклическую (О. Шпенглер, Н.Я. Данилевский), линейную (О. Конт, К. Маркс), веерную (А. Тойнби) и разнообразную (Ж.Ф. Лиотар).

В мировом философском мировоззрении сложилось два подхода к пониманию «человечества» и «общества» как всемирного союза людей. Первый – унитарный – признает их существование и предполагает, что общество проходит постепенные стадии развития. Второй – множественный – отрицает существование единого человечества и основывается на существовании независимых друг от друга обществ.

Развитие общества считается необратимым изменением его структуры и порядка. Такое изменение не всегда подразумевает усложнение, так как существуют периоды упадка и однообразия в жизни общества. На первый взгляд, общество можно представить в виде дерева: ствол – это развитие человечества; отходящие от ствола ветви – это отдельные большие и малые общества. У каждого своя жизнь, место в пространстве. Благодаря различным причинам дерево может терять свои ветви, но все они, несмотря на разделенность, – считаются частью одного дерева. И в его развитии есть прогресс. Прогресс является увеличением счастья для всех людей. Благо – это состояние его гармоничного взаимодействия с миром и собой, при котором оно обладает физическим и психологическим здоровьем, свободой в действиях и при этом сочетает свою деятельность с деятельностью других. Анализируя все исторические

события, изменения, можно отметить, что в целом общество идет по пути прогресса.

Социальными проблемами называются те, которые связаны с существованием стимулов общественной жизни, влияющих на состояние общества, а также требующие общих усилий для их решения.

Принято считать, что современное общество богато различными проблемами, в том числе носящими социальный характер. Об этом постоянно повторяют средства массовой информации, общественность и политические лидеры. Известный американский социолог XX в. Р. Миллс говорил, что, если в городе существует один безработный – это его личная проблема, но когда в городе существуют десятки тысяч безработных – это уже социальная проблема. Разобраться с проблемами социального характера очень сложно. Они касаются не только отдельно взятого индивида, но и всего общества в целом.

Общепризнанными критериями социального прогресса, утверждает современный социолог Ковалевский М.М., являются степень информатизации, компьютеризации, электронизации, медиатизации общественной системы; темпы роста производства товаров и средств производства, в том числе компьютеров; темпы роста услуг, в особенности в гуманитарной сфере, в профессионально-технической области; степень свободы индивидов, увеличение человеческого блага, счастья и добра [5, с. 27]. Но самым главным и решающим показателем прогресса, на наш взгляд, является всеобщая доступность знания о том, что человек может самосовершенствоваться и менять мир. Например, возможность познания в области науки и техники, нравов и традиций, системы оздоровления и развития, и вообще – познание всей многогранности проявлений сущности человека.

В то же время существует множество проблем, препятствующих социальному прогрессу. Это такие проблемы, как экологический кризис, военные конфликты, изобретение оружия массового поражения, способного уничтожить все человечество, распределение общества на два противоположных полюса – на бедных и богатых, сидячий образ жизни, новые болезни, отчуждение человека от реальности, его приобщение к виртуальной реальности, шаблонность в поведении и легкая ведомость – человек становится частью массы, которой легко управлять.

Перечисленные проблемы очень серьезны и стоит задуматься о том, не препятствуют ли они тем достижениям, которые они сопровождают? Нет, общественный прогресс – это и есть историческая черта жизни на планете Земля. Однако, по всей видимости, в рамках прогресса всегда существуют преграды, преодоление которых влияет на его дальнейших



ход. Данное обстоятельство служит верным подтверждением постоянного действия законов науки в мире.

**Список использованных источников:**

1. Албегова И.Ф., Социология социальных проблем как инновационное научно-практическое направление исследования современного Российского общества, / И.Ф. Албегова // Вестник социально-политических наук. - 2007. - № 7. - С. 5-8.
2. Алексеев П.В., Социальная философия. М., 2015. С. 241.
3. Бьюри Д. Б., Идея прогресса: исследование его происхождения и роста. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/4557/4557-h/4557-h.htm#link2НСН0019> (дата обращения: 14.02.2017).
4. Григорьев В.Е., Социология науки. – 2018. – С. 318.
5. Ковалевский М. М., Современные социологи: Модерн социологии. – 2019. – С. 155

©Левчук И.И., Пухир В.М., 2021

**УДК 74.01.09**

**ОСОБЕННОСТИ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ В ДИЗАЙНЕ**

Мухина А.А.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Роль дизайна в современной коммуникации значительно возросла. Дизайн применяется практически в каждой сфере социальных взаимодействий. Непосредственно от пользователей исходит дальнейшее представление того, как будет выглядеть и работать интернет. Виртуальная реальность замещает пользователю реальное восприятие, замещает его цифровой формой [1, с. 328]. Дополненная реальность добавляет к ощущениям, поступающим из реального мира, некие «мнимые вспомогательно-информативные» виртуальные объекты, существующие только в цифровой реальности. «Вставленные объекты» дополняют реальность новым контентом, а не замещают ее, как в виртуальной реальности [2, с. 15].

Графический дизайн в качестве художественно-проектного процесса по формированию гармоничной и результативной визуально-коммуникативной среды считается основой имиджа товара, что проявляется в его узнаваемости по акценту из числа конкурентов, становясь, данным образом, лицом организации или продукции, и в

дополнение оказывает влияние на увеличение количества продаж. Визуальный контакт – основополагающая задача графического дизайна, главной целью которого в настоящее время является предельная информативность при использовании минимума средств с комфортным для прочтения форматом и неповторимым художественным элементом [3, с. 140].

Еще 15-20 лет назад веб-дизайн был целиком выстроен на визуальном оформлении. Сегодня информативность и комфортность определяют стиль. Успешность графического дизайна на различных ступенях дизайн-проектирования находится в зависимости от повышающегося использования современных технологий, при которых виртуальная и дополненная реальность предоставляют дизайнерам новейшую степень свободы, сферу, в которой дополненная реальность решает определенные задачи выстраивания восприятия, а дизайнеры получают интересные идеи, возможности подбора цветов для фотофона страниц, сочетаний текста, композиции, ввода игрового момента, возможность экспериментировать с установленными технологиями, такими как 360 градусные видеоролики и виртуальная реальность.

Следует уточнить, что программное обеспечение, которое применяется при редактировании изображений, языки программирования оказывают воздействие на формат современного графического дизайна, стирают рамки инновационными стратегиями, реализуются новейшие технические средства для формирования визуальных форм. Однако, Ф. Меггс отмечал, что, невзирая на техническое «переворужение», визуально-коммуникационная «суть графического дизайна остаётся неизменной». Иными словами, графический дизайн представляет собой художественную проектную работу, которая устремлена на формирование визуальных объектов и систем для осуществления коммуникативных задач материальной, пространственной и цифровой среды. Данное факт показывает то, что нахождение новейших форматов визуальной выразительности, которые соответствовали бы современному состоянию дизайн-графики, нужно проводить в формате теоретических исследований графического дизайна [4, с. 192].

Стоит отметить, популярные современные тенденции в последующие годы будут продолжать развиваться, а именно, 3D-глубина и реалистичность; монохромные форматы; металл; абсурдная типографика; скетч искусство; коллаж; схематичные иллюстрации; анимированная изометрия; возвращение в прошлое; паттерн; минимализм; плавные формы; цвет. Рассмотрим некоторые из перечисленных тенденций.

3D-глубина и реалистичность. Рассматривая имеющую информацию, можно отметить, что тенденции в трехмерном формате наиболее

популярны были 2019 году при помощи существующего потенциала современных технологий и программного обеспечения. Несмотря на это, в настоящее время в графическом дизайне продолжает развитие 3D-композиция.

**Монохром.** Сейчас возможно выделить тенденцию графических и веб-дизайнеров применять монохроматический цветовой эффект на изображениях. Несмотря на это такая направленность трансформировалась, и её форма упростилась. Монохромный цветной фильтр обширно применяется на фотографиях или некоторых компонентах графической композиции.

**Абсурдная типографика.** Для того чтобы сформировать наиболее инновационные и современные композиции дизайнеры продолжительно «играют» с типографикой: подразумевается украшение текстовой части геометрическими фигурами и необыкновенными компонентами с целью привлечения заинтересованности. При сочетании тенденций макситипографика и художественная типографика в дальнейшем будет кардинально претерпевать изменения. Новейшей тенденцией, кроме того, считается применение тяжелых шрифтов в логотипах, веб-ресурсах и плакатах.

Наиболее ведущим направление в типографике считается рисование фигур. При этом формы можно изображать двухмерно и трехмерно. Без сомнения, немаловажные достижения несут трехмерные объекты со словами, а именно кубики, лестницы и иное [5, с. 72].

В заключение в настоящее время графический дизайн расширяет свои границы инструментальной функции. Ведущим принципом считается дискретность каждого визуального элемента, что в особенности отчётливо проявляется в векторной графике. Благодаря ей формируется комбинаторная методология и создается многофункциональная виртуальная среда.

#### **Список использованных источников:**

1. Габриелян Т. О. Компьютерная графика как инструмент, методология и эстетика современного графического дизайна // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. – 2017. – №. 1. – С. 325–336.

2. Петрухина О. В. Графический дизайн и виртуальная среда: реальность и перспективы // Философия и культура. – 2019. – № 1. – 13–19.

3. Радионов С. И. и др. Графический дизайн: современные тенденции развития // Мир образования-образование в мире. – 2017. – № 4. – С. 140–147.

4. Овчинникова Р. Ю. Графический дизайн в контексте визуальной культуры и новых технологий // Манускрипт. – 2019. – Т. 12. – № 5. – С. 188–192.

5. Ажгихин С. Г., Славинская С. В. Современные тенденции графического дизайна // Молодой ученый. – 2020. – №. 4. – С. 71–74.

©Мухина А.А., 2021

УДК 392

## ТЕМА СЕМЕЙНОГО НАСИЛИЯ В ФОЛЬКЛОРЕ: ПРОБЛЕМА ИЛИ НОРМА

Мухортых А.М.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Проблема семейного, или домашнего насилия стоит в современном обществе как никогда остро. В наши дни ценность человеческой жизни возросла в десятки раз по сравнению с прошлыми веками. Россия столетиями создавала уникальные традиции, многие из которых россияне чтут и которыми гордятся. Однако некоторые традиции требуют переосмысления в современном мире.

Проблема семейного насилия нашла свое отражение в фольклоре. Анализ фольклорных текстов позволяет проследить закономерности и выяснить, влияет ли традиционная культура на формирование поведенческих стереотипов и взглядов современного общества на данную проблему.

Физическое насилие существовало ещё в глубокой древности. Т.А. Клименкова ссылается на мысль В.А. Подороги о том, что «именно процедура стигматизации, попытка пометить тело через боль, была одновременно и первой попыткой обозначения, смысл которого состоял в том, чтобы осуществить самый первичный контроль, подвести тело под культурный вердикт» [1]. Автор называет это некоей первичной «записью» через боль, то есть «обеспечением через насилие воспроизводства социальной памяти и своего тела как тела социализованного» [1].

Эти принципы глубоко укоренились в сознании патриархального общества. Насилие как форма наказания и воспитания нашла отражение в фольклорных текстах.

Пословицы и поговорки, отражающие жизнь и мировоззрение народа и передающие бытовые, социальные, философские, религиозные,

моральные, эстетические взгляды, и оценки тех или иных явлений, или события. Они содержат свод моральный правил.

Пословицы и поговорки из сборника В.И. Даля [2] отражают семейные взаимоотношения. Их можно разделить на 4 группы.

Первая – это свод наставлений мужу, как нужно обращаться с женой, воспитывать и наказывать её. Анализ текстов показывает, что применение физического насилия мужа к жене одобрялось обществом: «Мужу, что жену бьет, Бог подает» [2]. Чем больше бить жену, тем милее она будет, тем вкуснее будет готовить, тем покладистее и «удобнее» будет для мужа: «Чем больше бабу бьёшь, тем щи вкусней», «Бей бабу молотом – будет баба золотом!». Если муж даёт «волю» жене, то считается, что тем самым он проявляет свою слабость: «Кто жене волю дает, тот сам себя обкрадывает (бьет)», «Бабе спустишь – сам баба будешь».

Вторая группа – это пословицы, определяющие нормы общественного поведения по отношению к насилию. Тем, кто принимает насилие в семье, не следует рассказывать окружающим о том, что происходит. Посторонним же людям запрещалось вмешиваться в дела чужой семьи. Считалось, что отношения между мужем и женой – это сугубо личное, семейное дело: «Своя собака лайся, чужая не впрядай!», «Муж с женой ругайся, а третий не мешайся!», «Плачь, молода жена, да про свое горе никому не сказывай».

Третья группа – это пословицы, выражающие женский взгляд на семейное насилие. «Не та счастливая, что у отца (счастлива), а что у мужа». По мнению женщин, повезет той жене, которую муж не будет бить, в противном же случае ей суждена тяжелая жизнь, женская молодость останется на кулаках мужа. В некоторых пословицах чувствуется отчаяние: «Всем бита, и об печь бита, только печью не бита» [2], «Пусть бы побился, да и утопился (говор. жена), а то бить бьет, а топиться нейдет». Эти высказывания создают впечатление, что в таких семьях побоям нет конца и эта ситуация безысходна: «У мужа (перед мужем) жена всегда виновата». Женщинам приходилось мириться с устоявшимися бесчеловечными нормами семейного поведения.

Четвёртая группа, самая малочисленная, это пословицы, которые показывают, что муж тоже страдает от общепринятых норм. «Бил жену денечек, сам плакал годочек». Бить жену – значит подтверждать своё право на власть, свой статус главы семьи, но не всем по душе такой способ самоутверждения: «Не то смешно, что бьет про что; а то смешно, что сам плачет».

Семейное насилие проявлялось в отношениях не только супружеских пар, но и родителей с детьми. Самый популярный сюжет родительского насилия как в лирических песнях, так и в частушках, – это наказание

дочери за гуляние с возлюбленным, причем чаще всего наказывает именно мать:

Меня дома-то за дrolечку

Частенько стали бить.

Я в ответ сказала маме: «Хоть убей, буду любить» [3].

При этом способы наказания довольно разнообразны: «о печку головой», «об лежанку головой», «верёвкой хочет бить», «колотила меня мать», «меня била мамка прутом», «меня тятка бил кнутом». По сюжету в некоторых частушках дочь отвечает, что всё равно будет делать то, за что её бранят и бьют дома: или по-прежнему гулять и встречаться с возлюбленным, или продолжать его любить.

В лирической песне «Не велят Маше на улицу ходить» представлен похожий сюжет, девушка встречалась по вечерам с возлюбленным, за это её «прибили» родители: «Вечор, милый друг, гуляли с тобой; На другой вечер прибили меня за тебя», после чего она долго болела.

«Не велят Маше на улицу ходить,

Не велят Маше молодчика любить,

Ей молодчика молоденькаго, Неженатаго, холостенькаго! <...>

Как у Машеньки заплаканы глаза,

У красавицы затерто белое лицо.

Вечор, милый друг, гуляли с тобой;

На другой вечер прибили меня за тебя,

За тебя ли, удалаго молодца.

Уж я с тех пор во постелюшку слегла,

Во постеле три недели лежала» [4].

Есть песни, в которых показано, что родители выступают хранителями традиционных устоев, а молодое поколение не понимает, почему насилие называют проявлением любви. В песне «Я в сад пойду, я в зелен пойду» [5] отец бранит своего сына: «Ах ты сын мой, сынок, глупый разумок; / Да ты бей жену, поучай молодую!». Сын любит жену и не понимает, зачем её бить: «Да за что же мне жену бить, за что сердце крушить? / Жена – дом, жена – стан, жена - радость моя». В песне «Моя мать, ох, как зря» [5] мать бранит с за то, что он водку не пьёт и жену не бьёт. Сын отвечает: «А за что же ее бить? / Она все может робить», «И брал я ее не в наймочки, / А брал я ее в хозяйюшки».

В балладах распространен сюжет о свекрови, которая оклеветала невестку, в результате чего муж убивает свою жену: «Ой ты, мать, моя мать, зла разлучница, / Разлучила меня, мать, с молодой женой» [6]. Не менее популярный сюжет о сестре, которая отравила или зарезала брата ради любимого: «Шумит-гремит мать Шура-река, Шура быстрая... / Как

сестра братца зарезала»; «Коль умела ты братца извести, / Изведешь и меня, молодца. / Оставайся ж ты теперь одна!» [6].

В семейно-бытовых лирических песнях героини повествуют о своей тяжёлой жизни в семье мужа. «Худо, худо жить во чужих людях» [4] – говорится в песне: «Поутру да будят порану, / Посылают младу по воду, / Босиком меня по холоду», «Свекор-батюшка журит-бранит, / Свекровь-матушка побить велит».

В песне «Выдала матушка далече замуж» [4] мать не узнаёт свою родную дочь после трёх лет её замужества: «Что это за баба, что за старуха?» Внешность дочери неузнаваемо изменилась, по милости мужа она исхудала и утратила румянец: «Плеткой ударит – тела убавит; В щеку ударит – румянцу не станет».

Самый страшный сюжет показан в песнях «На заре было, на зорюшке» [4] и «Была я у камушка, была я у белого» [5]. В первой песне говорится о том, как прохожие слышат доносящиеся из дома крики, жена молит мужа: «Ты не бей меня рано с вечера, Ты убей меня во глуху полночь», чтобы дети не увидели и ничего не узнали, а нашли уже мёртвое тело только утром. Во второй песне история аналогичная история дана более развёрнуто. Рассказчица, от чьего лица поётся песня, видит молодца, который думает: «Уж как же мне жену загубить?», на что жена со смирением и покорностью отвечает: «Не губи же ты меня, муж, со вечеру; Загуби ж ты меня со полуночи; пока, малы детушки угомонятся». В этих песнях выражено полное отчаяние и смирение женщин перед судьбой, показана их беззащитность, подчинение воле мужа и общепринятым нормам семейного поведения. Это подчеркивается тем, что героини песен беспокоятся не о себе, а только о детях, чтобы те не увидели страшной сцены убийства родной матери.

Среди частушек, как и в семейно-бытовых песнях, выделяется группа текстов, либо предупреждающих девушек о жизни в замужестве, либо от лица девушек говорящих о том, что дома жить было хорошо, а в чужих людях плохо:

Девки, замуж не ходите,  
На беду не попадите:  
Там свекровка будет бить,  
Муж по любушкам ходить [3].  
Когда я в девушках жила,  
Головка глэденька была.  
В чужи люди выдали,  
Всю косёнку выдрали [3].

Вторая группа частушек, касающихся темы супружеского насилия, связана с мотивом мужниных побоев. Частушки, в отличие от семейно-

бытовых песен, имеют юмористический характер, часто в них используется преувеличение как средство выразительности:

Как бил меня муж,  
Колотил меня муж,  
Наступил на горло,  
Сказала: не больно [3].

Частушки и заложенный в них юмор работает как рефлексия народа на отношение к реальному бытовому насилию, способ его осмыслить и выразить свои чувства.

Бил меня муж, Колотил меня муж, Изломал кости, – Не пустил в гости [3].

Бил меня муж колотушкой, Называл меня муж молодухой [7].

В традиционной культуре насилие представлено как часть жизни, всем знакомая. Несмотря на то, что в пословицах зачастую насилие утверждено как единственная «правильная» норма поведения, в песенном фольклоре эти нормы переосмысливаются. В примерах видно прямое несогласие героев с проявлением насилия: «А за что же ее бить? / Она все может робить»; «Коль умела ты братца извести, / Изведешь и меня, молодца. / Оставайся ж ты теперь одна!», так и несогласие с «принятой нормой», например, в песнях о том, как жена просит не губить себя на глазах у детей или в частушках, в которых героини на проявление насилия отвечают «Не больно!».

Фольклор был способом осмысления действительности. Насилие как своеобразная норма не осуждалась большей частью общества. Однако в фольклорных текстах зафиксированы не только различные формы семейного насилия, но и его неприятие. В жанрах поздней лирики молодые люди отвергают насилие как форму взаимоотношений в семье. Фольклорная традиция фиксирует это неприятие и ожидание изменений в семейных взаимоотношениях.

#### **Список использованных источников:**

1. Клименкова Т. А. Насилие как основа культуры патриархатного типа. Гендерный подход к проблем // Гендерный калейдоскоп. Курс лекций. М.: Academia, 2002. С. 124

2. Даль В. И. Пословицы русского народа. М.: Изд-во Эксмо, Изд-во ННН. URL: [https://rusneb.ru/catalog/000199\\_000009\\_003565716/viewer/?page=1147](https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_003565716/viewer/?page=1147) (дата обращения: 10.04.2020).

3. Сборник «Русские частушки» / Public Domain, 2008. – 185 С. URL: <https://mybook.ru/author/sbornik/russkie-chastushki/> (дата обращения: 07.05.2020).



4. Лирические народные песни. 3-е издание / Ред. А.А. Прокофьев. – Л.: Советский писатель, 1955. – 441 С.
5. Народные лирические песни. / Ред. В.Г. Базанова. – Л.: Советский писатель, 1961. – С.333
6. Русская эпическая поэзия Сибири и Дальнего Востока, 1991.
7. Сборник Великорусских частушек / Ред.: Е.Н. Елонская. – М: Издание комиссии по словесности при этнографическом отделе, 1914. – 539 С.

©Мухортых А.М., 2021

УДК 159.923.2

## ПРОБЛЕМА «Я» В ИСТОРИИ ЗАПАДНОЙ ФИЛОСОФИИ

Панченко Т.Р., Яковлева Л.Е.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Что такое «Я»? Наверное, трудно найти человека, который ни разу не задавался этим вопросом. Ещё в античной философии мыслители пытались найти решение проблемы сущности человеческого в человеке, сводя её к разумной душе. Желание осмыслить человеческую сущность прослеживалось в трудах многих философов разных эпох. Восприятие окружающего мира проходит через самопонимание человека, а значит, проблема того, чем является самосознание – одна из самых важных для философов. Так, начиная с мировоззрения древних цивилизаций и вплоть до наших дней менялось философское понимание мира, а значит, менялось и понимание «Я».

Многие знакомы с изречением древнегреческого философа Сократа: «Познай самого себя». На самом деле, этот важнейший философский принцип берет своё начало в глубокой древности – именно эти слова дельфийский оракул высек на стене храма. Но данная мудрость закрепилась именно за Сократом, так как ни один другой мыслитель античного мира не ставил самопознание основной проблемой своих трудов. Ксенофон трактовал мысль великого философа как совет понять свои возможности и способности. А через объективную самооценку человек может понять не только вред и пользу своей деятельности, но и понять окружающих. Это мнение отчасти верно, но Сократ вкладывал более глубокий смысл в дельфийское изречение. Древнегреческий философ трактовал самопознание как стремление к гармоничной жизни и духовному развитию, пониманию своей души. Так, сам человек,

утверждает мыслитель, есть душа – то, что использует тело как инструмент. Это значит, что Бог, призывающий человека познать самого себя, призывает его познать свою душу.

Под другим углом рассматривается проблема «Я» в средневековой философии. Сильное влияние христианской религии привело к тому, что «Я» стало пониматься как индивидуальное бытие человека. Жизнь средневекового человека строилась в соответствии с верой в Библейское откровение, которое провозглашало существование Абсолютной Божественной Личности в ее триединстве как причину бытия, жизни, истины. В трудах философа Августина Блаженного раскрывается идея того, что душа как субъект находится в неразрывной связи с Богом, сотворена и одухотворена Богом. В таком случае то, что человек знает о своём существовании является главным доказательством существования Бога. Но вследствие грехопадения, любовь к Богу была заменена человеком любовью к земным благам. В учении Аврелия Августина, душа выступает как самостоятельная субстанция, отличная от тела, выполняющая регулирующую функцию относительно тела и самой себя, обладающая рефлексивностью, поскольку истину можно познать только внутри себя, соотнося свою волю с Божественной Волей.

Разбирая проблему «Я» в истории философии нельзя не обратиться к философии Рене Декарта, пришедшему к фундаментальному умозаключению западной философии: «Я мыслю, следовательно, существую». Это утверждение мыслитель выдвинул как истину, в которой невозможно усомниться, и на которой должно строиться понимание окружающего мира. Только действие мышления удостоверяет наше существование. «Не природа, не Бог, не мир идей, а Я есть последний принцип философии» [6] – в этом радикальное новшество Декарта по сравнению с предшествующей философией. Новый этап развития философии связан с умозаключением Декарта о том, что «Я» является мышлением, которое самостоятельно занимается поиском ответа на вопросы, возникающие у людей в процессе познания мира. Картезианская философия, основанная на скептицизме и реализме, стремится к тому, чтобы черпать нормы мысли и деятельности из самоуглубления разума, через «осознание самого себя» приобрести понимание рационального устройства Вселенной. Таким образом, Декарт провозгласил «Я» причиной и началом всего, единственной несомненной реальностью.

Также над данной проблемой размышлял немецкий философ Иммануил Кант в трактате «Критика чистого разума». Он описывал душу как численное сознание собственного тождества, то есть существования, и душу непосредственно приравнивал к личности. Утверждение «я мыслю» философ соотносил с остальными представлениями человека о мире – это

явление он назвал «трансцендентальным единством самосознания», согласно которому сохраняется целостность «Я» и его сознания. Именно самосознание по идее Канта является единственным доказательством существования «Я» и всего внешнего мира. Главное свойство «Я» как принадлежащего ноуменальному миру – свобода действовать в соответствии с заранее принятыми основаниями.

Другим выдающимся немецким мыслителем, в философии которого рассматривается проблема «Я», является Иоганн Готлиб Фихте. Он делит всю окружающую реальность на Я и не-Я, тем самым определяя самосознание как самый достоверный вид сознания. А утверждение «Я есть я» выражает высшую автономию воли человека, является актом свободы, так как его можно трактовать в качестве призыва к осознанию себя и своей личности. Так, философ определяет «Абсолютное Я» как высшую субстанцию, внутри которой происходит сложное взаимодействие: «Я» создает «не-Я», в то время как «не-Я» наделяет опытом «Я».

В работах Г.В. Гегеля, как вершины немецкой классической философии, утверждается, что к самосознанию и постижению «Я» приводит деятельность духа, тем самым приравнивая эти понятия. Метафора, сравнивающая процесс постижения своей личности с подъёмом по лестнице, также объясняет то, как человек приобщается к культурному и научному опыту, накопленному другими поколениями. Духовное развитие позволяет любому человеку подняться до уровня познания «мирового духа», тем самым изменяя свой уровень восприятия от бытового до философского. Также важно отметить, что труды Гегеля раскрывают не только понятие «Я» как личность отдельного индивида («субъективный дух») но и приводят формулу общего «Я» или духа народа, реализующего себя в истории («объективный дух»).

Испанский философ Хосе Ортега-и-Гассет в своей работе «Размышления о Дон-Кихоте» (1914 г.) предложил свою формулу видения «Я»: «Я есть я и мои обстоятельства». Две мировые войны и кризис в родной стране оказали сильное влияние на развитие философской мысли Ортеги-и-Гассета, поэтому он утверждал, что путь к изменению своего внутреннего мира лежит через реализацию проекта своей жизни в определенных исторических обстоятельствах, предвосхищая идеи экзистенциализма о неразрывной связи человеческого бытия и мира. Философ определял «обстоятельства» как данность, которая задаёт вектор для самоопределения, «изобретения себя». И поэтому призывал к переходу от естественно-научного разума к историческому разуму.

Рассматривая современное представление о структуре «Я» стоит обратиться к трудам швейцарского психиатра Карла Густава Юнга. Будучи

основоположником глубинной психологии, он полагал, что конечной жизненной целью человека является полная реализация «Я» – становление целостного и неповторимого индивида. Личностный рост и индивидуализация напрямую связаны с полноценной жизнью в обществе. Критикуя натуралистический подход Зигмунда Фрейда, Карл Густав Юнг обозначил важность социальных и культурных факторов в личностном развитии. Важно отметить, что по теории Юнга, самопознание должно проходить через обращение вглубь бессознательной части психики, опускаясь до ее последнего уровня – коллективного бессознательного. Именно архетипы коллективного бессознательного, которые мы можем обнаружить в мифах народов мира, задает единство человеческого рода.

Также большой вклад в изучение данной проблемы внёс французский философ Жан-Поль Сартр. В труде «Экзистенциализм – это гуманизм» выражена важная мысль о том, что существование человека предшествует его сущности. Рождаясь на свет, ребёнок уже начинает свою жизнь, но сущность, индивидуальные качества ему только предстоит обрести. Существуя человек делает «Другой» (в экзистенциализме, он является ограничителем личной свободы «Я», определяет границы воли и желания), так как он может воспринимать человека. Но так как «Другой» видит «Я» в данный момент, здесь и сейчас, то не может воспринимать личность человека как сущность, имеющую потенциал к дальнейшему развитию, а видит конечную вариацию личности, то есть делает то же самое, что и смерть. Поэтому французский философ вывел тезис «ад – это другие», который подразумевает, что под взглядом другого человека «Я» теряет свою свободу и становится неизменной сущностью, что подобно состоянию смерти. Также Сартр утверждал, что «человек – это проект, который проживается субъективно», каждый не только волен самостоятельно определять то, какой личностью он станет, но и должен нести ответственность за свои качества.

Раскрытие тайны человеческого «Я» становится одной из важнейших проблем философии сознания в наше время. В современной философии борются два принципиально различных подхода к трактовке сознания – онтологический субстанциализм (согласно которому единственной основой всех явлений сознания является мозг человека как продукт длительной эволюции природы) и коммуникативный функционализм, для которого высшие функции сознания – знание и мышление – есть функции коммуникации между людьми. Человеческое мышление неалгоритмично по самой своей природе. А сознание человека не задано природой и не подлежит компьютерному моделированию. Для компьютерного моделирования сознания недоступными компонентами является самосознание и «квалиа» или такие феноменологические состояния

сознания как радость, гнев, страх. Трактовка сознания в коммуникативном функционализме кажется нам более убедительной, так как оставляет пространство для личной свободы и ответственности человека в его отношениях с миром и другими людьми.

Таким образом, явление человеческого самосознания на протяжении многих веков привлекает внимание мыслителей и является одной из центральных проблем философии. Несмотря на то, что на первый взгляд этот феномен кажется очевидным и простым в понимании, в каждом философском труде изложена уникальная трактовка проблемы «Я» и пути становления человека как личности. Так, в античной философии человек воспринимался как микрокосмос, связанный с внешним миром, который необходимо познать для гармонии, с наступлением средневековья личность, главным свойством которой является любовь, воспринималась в рамках христианской веры. Декарт отождествил «Я» с мышлением, отрицая при этом чувственный способ восприятия. Выдвинутый им картезианский принцип обозначил начало Нового времени. Представители классической философии в своих трудах выделяли нечто как сущность «Я». У Рене Декарта это было мышление, у Фихте – самосознание, а у Гегеля – дух и абсолютный разум. Х. Ортега-и-Гассет связывал понятие «Я» с действиями в конкретных обстоятельствах, а Ж.-П. Сартр – с реализацией личностного проекта в процессе существования. Несмотря на большие различия во всех рассмотренных теориях, их объединяет идея внутреннего роста и становления человека как личности через разные способы: рефлекссию, божественное влияние или взаимодействие с миром в конкретных исторических обстоятельствах.

**Список использованных источников:**

1. Антисери Д., Реале Дж. Западная философия от истоков до наших дней: в 4 т./- ТОО ТК "Петрополис" [В пер. С. А. Мальцевой], 1994. - 336 с.
2. Золотухина-Аболина Е.В. Бытие человека: ключевые экзистенциалы. Москва-Берлин, DirectMedia, 2017. – 216 с.
3. Мусс А.И. Концепт сознания как проблемное поле современной философии. // Вопросы философии, 2021, №2 – с.100-107.
4. Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды: Пер. с исп./ Сост., предисл. И общ. Ред. А. М. Руткевича. 2-е изд. – М.: Издательство «Весь мир», 2000. – 704 с.
5. Сартр Ж.-П. Экзистенциализм – это гуманизм. // Сумерки богов. М., 5зд-во политической литературы, 1989. – с. 319–345.
6. Хесле В. Гении философии Нового Времени. – М., Наука, 1992. – 131 с.

©Панченко Т.Р., Яковлева Л.Е., 2021

УДК 177

## ПРОБЛЕМА ВЫСШЕГО БЛАГА ПО ВЗГЛЯДАМ И. КАНТА

Рудых Д.А., Швецов В.И., Зайцев Н.Н.

*Федеральное государственное казенное военное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский военный ордена Жукова институт имени генерала армии И.К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации», Новосибирск*

Высшее благо – это совпадение добродетели и счастья, причем последнее распределяется в точном соответствии с моралью, и идея чистого практического разума, нацеленного на безусловную тотальность. Это понятие интерпретировалось по-разному, некоторые защищают теологическое или трансцендентное толкование, что высшее благо в конечном итоге достижимо только для людей в загробной жизни и гарантировано Богом. Другие понимают высшее благо как мирское или имманентное понятие, как высшую цель природы и истории и является коллективным достижением человечества. Эти интерпретаторы, обычно отказываются от богословского измерения или моральной религии Канта. Высшее благо становится нормативной целью, идеалом, который не может быть полностью реализован, но может быть приближен человеческим видом в целом. Попытка реализовать этот идеал разума и довести его все ближе к возможному величайшему совершенству – это задача, которую люди должны поставить перед собой [1]. В экспериментальной космополитической философии Канта будущее становится процессом обучения, процессом образования, в котором люди улавливают смысл своей задачи, разъясняют ее значение и в конечном итоге пытаются ее реализовать.

Теория Канта конца 1790-х годов фокусируется на юридическом и коммерческом космополитизме, а не на культурном или моральном. Это становится очевидным, если мы посмотрим на главную направленность его аргументов в трактате «К вечному миру» [2] и др. Эти тексты возвращаются, среди прочего, вокруг следующих проблем: институционализации международных организаций, мировой торговли и роли людей в международном праве, а также о возможности правового прогресса в истории. Высшее благо в этих произведениях – высшее политическое благо, а именно глобальное юридическое государство, приближающееся к миру во всем мире. Космополитическое правовое общество как высшее благо, является конечным результатом постоянно пересматриваемого интеллектуального развития Канта в конце 1790-х годов, кульминацией которого стало четкое заявление о том, что прогресс

приведет только к увеличению количества произведенной продукции, законопослушности в действиях граждан.

Если Кант сосредотачивается на правовом космополитизме конца 1790-х годов, то это не обязательно отдает приоритет этой форме или подразумевает, что Кант сознательно отказался от этико-теологической. В философии права и истории Кант ссылается не на собственно высшее благо, а только на высшее политическое благо [3].

Существуют различные причины, по которым кантовская философия истории и философия религии не могут сливаться. В отрывке из «Критики способности суждения» Кант дает представление о своих решающих аргументах. Кант пишет о том, что Спиноза будет бескорыстно стремиться к моральному лучшему миру здесь, на Земле, и это как раз то, что его собственный практический разум требует от него делать. Однако он столкнется со своими ограниченными способностями изменить мир к лучшему, и ему придется признать, что природа безразлична к морали, он встретится с другими людьми, которые являются злыми и будут подрывать его благие намерения, будут вести жизнь, которая может быть просто мерзкой, жалкой и короткой. Конец был бы абсурдным, а именно отброшенным назад в бездну бесцельного хаоса материи [4].

Согласно Канту, такое отношение или система убеждений праведного атеиста не отвечает «интересам разума» и «интересам человечества». Кант приходит к выводу, что мы должны постулировать высшее существо, которое гарантирует гармонию природы и свободы, а также точное соответствие счастья с моралью, трансцендентного и нравственного мира – Царства Небесного.

Однако, кантовская философия истории и философия религии не могут сливаться, существует различие между феноменальным и ноуменальным миром. Мир явлений подчиняется законам природы и не связан с законами морали и идеей высшего блага. В природе есть все: вопрос о должном здесь не возникает. Это ведет к пропасти между моралью, свободой и добродетелью, с одной стороны, и законами природы с другой.

В отличие от правового прогресса, моральный или религиозный прогресс не является темой исторического развития, потому что он принадлежит к ноуменальному миру. Со стороны, то есть в том, что касается действий как явлений, мы, люди, никогда не сможем отличить законность, когда кто-то соблюдает закон в буквальном смысле и человека с «хорошей моралью», и моралью, где он соблюдает это по духу и является «нравственным человеком». Философия истории занимается исключительно первым, прогрессом в сфере законности (соблюдением буквы морального закона), философия религии – вторым, а именно

моральным прогрессом, который находится за пределами человеческого познания и является вопросом морали [5].

Это различие тесно связано с различием несводимых сфер внешних действий человеческого вида и индивидуальной, внутренней морали. Философия истории фокусируется только на действиях как явлениях, независимо от того, были ли они вызваны практическим разумом или естественными побуждениями, духом или буквой морального закона.

Люди не знают морального статуса других людей или своего собственного, если быть точным. Следовательно, они не в состоянии оценить, заслуживают ли другие счастья – это может сделать только всеведущий и всемогущий. Кроме того, юридический прогресс в истории не решает проблему личного счастья. Чисто имманентное толкование высшего блага не решает морального парадокса, несоответствия между моралью и счастьем. Концепция высшего блага, лишённого какого-либо трансцендентного измерения, сохраняет диалектику практического разума нерешенной. Сам Кант отмечает, что странно, что древние философы, такие как Эпикур или стоики, считали, что высшее благо можно найти в нашем чувственном мире [6]. Опыт противоречит этому мнению. Добродетель не обязательно приносит счастье на землю. Таким образом, мы вынуждены постулировать понятный мир, в котором возможно или мыслимо высшее благо как безусловная совокупность. Конечно, идея всемогущего, трансцендентного и всеведущего морального существа, компенсирующего моральное поведение счастьем, находится за пределами возможного человеческого опыта.

#### **Список использованных источников:**

1. Куманьков А.Д. Кантианский проект вечного мира в контексте современных этико-политических концепций войны // *Философские науки*. – 2020. – Т. 63. – № 1. – С. 85-100. – DOI 10.30727/0235-1188-2020-63-1-85-100.
2. Кант И. Избранное : Т. 2. К вечному миру / Пер. с нем. И. Шапиро и др.; Под. ред. проф. Калининкова Л. А. – Калининград : Кн. изд-во – 1998. – 199 с.
3. Рябова И.С. Основные положения учения И. Канта о государстве, праве и «вечном мире» / И.С. Рябова, Е.Б. Калашникова // *Modern Science*. – 2019. – № 10-1. – С. 169-172.
4. Кант И. Критика способности суждения / Иммануил Кант / пер. с нем. Н. Соколова. – Санкт-Петербург : Азбука-Аттикус, 2019. – 444 с.
5. Зайцев Н.Н. Генезис идеализма – от Иммануила Канта к неокантианству / Н.Н. Зайцев, А.С. Подъявилков // *Социально-экономические и правовые системы стран евразийской экономической интеграции* / АНОО ВО СИБИТ. – Омск: ОмГТУ, 2021. – С. 231-237.



6. Тер-Аракельянц В.А. Кант и «дух Эпикура» (в докритический и критический периоды философии Канта) / В.А. Тер-Аракельянц, А.В. Юхно // Концепт: философия, религия, культура. – 2018. – № 1(5). – С. 15-30. – DOI 10.24833/2541-8831-2018-1-5-15-30.

©Рудых Д.А., Швец В.И., Зайцев Н.Н., 2021

УДК 101.1

## ЦИФРОВОЙ ПСИХОМОРФОЗ КАК ПРОБЛЕМНЫЙ ФОН СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Сазанов А.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Нижегородский государственный технический  
университет им. Р.Е. Алексеева», Нижний Новгород*

Конец 20 и начало 21 века характеризуется интенсификацией объемов получаемой, передаваемой и используемой информации. Объем этого информационного трафика в жизни современного общества огромен. Успехи в области разработки технических средств значительно помогают человеку «переработать» эти массивные информационные потоки.

На современном этапе развития технологии пронизывают, буквально встраиваются во все сферы деятельности человека: в его сознание, трансформируют общение и поведение, и, в целом, влияют на внутренний личностный мир [1]. Все это способствует появлению иной информационной среды человеческого жизнесуществования – информационного общества.

На фоне технологической экспансии значительно увеличивается и информационное воздействие на индивида, в т.ч. на его психику, мировоззренческую картину, систему ценностных и моральных ориентиров [2]. Глобальное погружение сапиента в Сеть, его бесконечное путешествие по информационным потокам приводит к своеобразным мутациям, «переплавкам» психоэмоциональной конституции, вызывая тем самым определенный цифровой психоморфоз общества в целом [3, 4].

Эпоха цифровизации и её информационная парадигма вынуждает человечество включать адаптационные механизмы к новым реалиям и обстоятельствам среды существования. На сегодняшний день актуализируется задача изучения не только позитивных, но и негативных адаптационных процессов и возможностей человека к среде его обитания [5].

В эру информационного взрыва обнаруживается неспособность человека эффективно воспринимать, анализировать, запоминать,

передавать информацию, а, следовательно, формировать логические связи и целостные картины окружающей действительности, без применения цифровых коммуникационных средств [6].

Отрицательный побочный эффект подобного технообразного стиля существования проявляется в формировании мозаичной структуры сознания («клиповое мышление», «клиповая культура»). Термин «клиповое мышление» впервые появился в работах американского философа и социолога Э. Тоффлера (автор концепции постиндустриального общества) [7]. Данный тип мышления характеризуется оперированием событиями и фактами вне их соотнесения с целостной логической структурой, преобладанием образного восприятия над аналитическим познанием, нарушением самостоятельного мышления и неспособностью к принятию ответственных решений. Вместе с тем, некоторые современные ученые рассматривают такой тип мышления как тип постижения реальности [6]. Так, известный российский философ и специалист по философской антропологии Ф. Гиренок рассматривает клиповое сознание не как знание, а как аффективное действие. В своей известной книге «Клиповое сознание» ученый выдвигает предположение, что мира не существует, а существует лишь его образ, важна не логика, а реальность и быстрота мысли. Такое сознание наделено собственным потенциалом [8].

Инфотехнологии и избыточное количество информационных потоков выводит нас еще в одну плоскость. Говоря кратко, человек становится неспособным к удержанию в памяти и осмысливанию грандиозных информационных трафиков. Современная техника, обладая большими вычислительными мощностями, открывает для человека небывалые возможности и помогает ему в поиске, обработке, хранении, передаче информации [6]. Сегодня каждый человек умеет пользоваться и часто обращается к различным поисковым и информационным ресурсам. Оперативный поиск информации доступен всем практически из любой точки мира. Но такая доступность и простота получения информации оборачивается нежеланием запоминать.

Некоторые эксперты придерживаются точки зрения, что с начала 2020-х годов использование неадекватной информации, например спам, фейковые новости, фрейминги и пр. будет преобладать над количеством поступающей адекватной информации. Это, по мнению В.В. Ильина, приведет к утверждению «контрафактной среды обитания с имитационным, превращенным характером интеракции» [2]. Такая постановка вопроса вскрывает проблему обеднения реальных потенций (в т.ч. и творческих) самого человека.

Благодаря достижениям техники человек получил возможность обладать многими ролями, выполнять многие функции и, для реализации которых ему не требуется иметь профессиональные знаниями, навыки и умения (электронные переводчики с иностранных языков, навигационные системы ориентации на местности и пр.). Наряду с удобством использования таких систем наблюдается тенденция к деградации самого человека, возникает опасность «ментального провала» [2].

Итак, мы попытались лишь окинуть взглядом небольшой спектр проблем, которые возникают в эпоху информационного общества. В процессе этого анализа бесспорным и очевидным является факт, что информационная среда выступает в роли того фактора, который требует новой основной адаптации человека. Современная информационная реальность значительно влияет на выработку новых и коррекцию имеющихся адаптационных механизмов человека, в первую очередь на социально-психологическом уровне.

Суммируя мысли, если говорить метафорически, то изменения человека в условиях современного общества заключены в таких терминах как «текстовая шея», «многооконность», «фрагментарное мышление», «клиповое мышление», «поколение Z», «поколение Google» и др.

Значительные изменения в социальной распространенности новейших технологий и соответствующих социальных ожиданий приводят к трансформации конвенциональных границ нормы и патологии [9].

Жертвами этих технологий становятся когнитивные и соматические возможности человека, его креативные способности. Утрачивается способность к самостоятельной мыслительной деятельности. Люди управляются «нажатием кнопки». Вырисовывается социально значимая задача отобрать тех, кто еще способен к самостоятельной мысли [10]. Возможности технологий не имеют предела и не являются нейтральными к людям их использующим. Будущее человечества зависит от того, насколько технологии, механизация будут ему подчинены. Несомненно, любые технологии должны быть дополнены разработкой такой позиции, которая учитывала бы возможности гармоничного сосуществования человека и технологий с целью сохранения природного универсума [9, 10].

**Список использованных источников:**

1. Основы социальной концепции Русской православной церкви. - Москва, 2000.

2. Ильин, В. В. Образование в эпоху техногнозиса / В. В. Ильин // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. – 2020. – № 2. – С. 134-141. – DOI 10.18384/2310-7227-2020-2-134-141.

3. Ильин, В. В. Цивилизационные пути Homo Technologicus: деликатность экзистенциальных ситуаций / В. В. Ильин // Российский гуманитарный журнал. – 2019. – Т. 8. – № 3. – С. 165-183. – DOI 10.15643/libartrus-2019.3.1.

4. Дэвис, Эрик. Техногнозис: миф, магия и мистицизм в информационную эпоху / Эрик Дэвис ; [пер. с англ. С. Кормильцева, Е. Бачиной, В. Харитоновой]. - Екатеринбург : Ультра.Культура, 2007. - 478, [1] с.; 21 см. - (Philosophy).; ISBN 978-5-9681-0127-3 (В пер.)

5. Ярославцева, Е. И. Петрова Е.В. Человек в информационной среде: социокультурный аспект. М., 2014 / Е. И. Ярославцева // Человек. – 2015. – № 4. – С. 180-183.

6. Зарубина, Н. Н. Последствия распространения цифровых коммуникаций для развития человеческого капитала: познавательный потенциал социологических подходов / Н. Н. Зарубина // Коммуникология. – 2020. – Т. 8. – № 3. – С. 29-42. – DOI 10.21453/2311-3065-2020-8-3-29-42.

7. Балагушкин Е. Г. Тоффлер Э. // Культурология. Энциклопедия. В 2-х т. / Гл. ред. и авт. проекта С. Я. Левит. – М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2007. – Т. 2. – С. 717–719. – 1184 с. – (Summa culturologiae). – ISBN 978-5-8243-0838-9, ISBN 978-5-8243-0840-2. разрушении креативности и оригинальности мышления.

8. Гиренок, Ф. И. Клиповое сознание / Ф. И. Гиренок. – Москва : Издательство Проспект, 2016. – 256 с. – ISBN 978-5-392-19235-9.

9. Емелин, В. А. Высшие психические функции в контексте цифровых / В. А. Емелин // Цифровое общество в культурно-исторической парадигме : Коллективная монография / Под редакцией Т.Д. Марцинковской, В.Р. Орестовой, О.В. Гавриченко. – Москва : Московский педагогический государственный университет, 2019. – С. 177-181.

10. Ильин, В. В. Теория познания. Критика инструментального разума. Speciosa Miracula: тотальный мировейник / В. В. Ильин. – Москва : ооо проспект, 2020. – 160 с. – ISBN 978-5-392-31462-1. – DOI 10.31085/9785392314621-2020-160.

©Сазанов А.В., 2021

УДК 37.013.2

## СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПА ДУАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Самиева Ш.Х., Нарзуллаева Ф.Ф.

*Бухарский инженерно-технологический институт, Узбекистан*

Одним из средств повышения инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности страны за счет подготовки квалифицированных кадров, отвечающих требованиям высокотехнологичного производства, является дуальная система образования, преимуществом которой является взаимодействие образовательной и производственной сфер в подготовке специалистов, а также обеспечение выпускников высоким уровнем занятости. В указе президента Республики Узбекистан «Об утверждении стратегии инновационного развития Республики Узбекистан на 2019-2021 годы» подчеркивалось, что «стремительное развитие всех сфер общественной и общественной жизни требует осуществления реформ, основанных на современных инновационных идеях, разработках и технологиях, обеспечивающих быстрое и качественное развитие всех сфер общественной и общественной жизни».

Основной целью применения дуального образования является подготовка квалифицированных кадров через развитие экономики Узбекистана, занятость населения, особенно молодежи и женщин, в субъектах крупного и малого предпринимательства, а также организация образования в гармонии с трудовой деятельностью в целях сокращения бедности.

Цели внедрения модели «Дуального образования»:

совершенствование модели подготовки рабочих кадров с учетом реальных потребностей экономики в квалифицированных кадрах в целях повышения инвестиционной привлекательности регионов;

разработка профессиональных стандартов для профессий, имеющих отношение к бизнесу;

разработка и модернизация образовательных программ в соответствии с требованиями профессиональных стандартов;

организация образовательных программ и изменение обязательных требований к их содержанию;

разработка независимой оценки квалификации работников;

оптимизировать налогообложение для привлечения предприятий к финансированию подготовки рабочих кадров.

Дуальная образовательная программа – совокупность документов, состоящих из образовательных стандартов, квалификационных требований, учебного плана, образовательной программы (модулей), программ учебно-производственной практики, определяющих основное содержание профессиональной образовательной подготовки, направленной на квалифицированное выполнение выпускником профессиональной деятельности по определенной профессии или специальности в образовательном учреждении и на предприятии (организации).

В то же время требования международного рынка труда, интенсивность интеграционных процессов, цифровизация, подготовка конкурентоспособных специалистов среднего класса с современными навыками и квалификацией в эпоху технологических революций в промышленности, новая система в области профессионального образования соответствующая международным стандартам.

Президент нашей страны определил цели и приоритеты проведения радикальных реформ в этой сфере и восстановления современной системы профессионального образования, одним словом, новую миссию отрасли. Суть этой миссии заключается в развитии человеческих ресурсов в новом качестве и формате, формировании практических квалификаций, которые внутренний и внешний рынок труда требует от молодежи, выражении в них любви к Родине, верности своему народу.

Дуальное образование в полной мере отвечает основным принципам компетентностного подхода современного профессионального образования на основе образовательных стандартов (единство теории и практики, комплексный подход к науке в образовательном процессе, внимание к применению умений и знаний в профессиональной деятельности). Поэтому желательно ввести дуальное образование в образовательный процесс профессионального образования.

Государство реализует такие благородные цели, как кардинальное повышение качества профессионального образования, учет профессиональных интересов студентов для обучения в образовательных учреждениях, создание более широких условий для глубокого овладения молодежью выбранной специальностью.

Для реализации этого вопроса необходимы глубокие изменения, происходящие в социально-экономическом развитии, и необходимость решения возникающих социально-экономических проблем (эффективность и конкурентоспособность профессионального образования, способность адаптироваться к изменениям, связанным с происходящим техническим прогрессом, рост «нематериальных инвестиций», организация квалифицированного труда, профессиональная подготовка взрослого населения).

Содержание и сущность организации образования, организация новых направлений, обусловленных местоположением образовательного учреждения и особенностями рынка труда, обеспечение интеграции образовательного учреждения со сферами производства, модели государственно-частного партнерства в системе профессионального образования и организация разработки методов и приемов, отвечающих требованиям рынка труда.

Двойное «двустороннее» означает «единая организационная целостность». Дуальная система образования – это вид обучения, при котором студент приобретает теоретические знания в учебном заведении, практические навыки в организации на производстве.

Модель дуального обучения используется как в профессиональных, так и в высших учебных заведениях и совместно финансируется коммерческими организациями и государственными учреждениями, заинтересованными в специалистах.

Дуальное образование в полной мере соответствует основным принципам компетентного подхода современного профессионального образования на основе образовательных стандартов (единство теории и практики, комплексный подход к науке в образовательном процессе, внимание к применению умений и знаний в профессиональной деятельности).

Инновация дуальной системы заключается в следующем:

изменения в организации учебного процесса (сокращаются занятия на занятиях, увеличивается объем производственной практики до 60-70 процентов от учебного плана);

производственная практика основана на индивидуальном подходе и максимально приближена к реальным условиям производства;

предприятие принимает меры двойного финансирования;

на производстве развивается институт наставничества.

Теоретическая, практическая часть программы дуального обучения и повышения квалификации организуется в профессиональном образовательном учреждении, практическая часть, связанная с производством по формированию квалификаций и компетенций, организуется на предприятии (организации).

При внедрении дуальной формы обучения в систему профессионального образования государство, экономика и социальные партнеры совместно создают базовые условия для профессионального образования, обеспечивают финансирование, разработку образовательных программ, процессы от их реализации до сертификации. На всех предприятиях единственные требования к экзаменам как к гарантии уровня образования, качества профессиональной подготовки, эту

подготовку человек будет контролировать на протяжении всей жизни. Постоянное изучение рынка труда и профессиональной подготовки позволяет постоянно адаптировать профессиональное образование с учетом тенденций технического, экономического и социального развития.

**Список использованных источников:**

1. Hikmatovna, S.S., Shuxrataxadovich, R., Sadullaevna, A.S., Taxmina Saidovna, D., Nusratovna, M.Z. "Professional development of the teacher's personality in the system of secondary special vocational education", Annals of the Romanian Society for Cell Biology 25(2), с. 2946-2949, 2021.

2. Sh.Sh.Olimov, Z.D. Hasanova "Application of pedagogical technologies in the educational process" -Т.: "Science and Technology" Publishing House-2014; p.119)

3. Z. F. Sharopova .,"Educational technologies" Т.: "NAVRUZ" Publishing House -2019 p.241)

©Самиева Ш.Х., Нарзуллаева Ф.Ф., 2021

**УДК 37.036.5**

**КРЕАТИВНАЯ ПЕДАГОГИКА  
И ЕЕ МЕСТО В СИСТЕМЕ НАУК О ЧЕЛОВЕКЕ**

Сарханова С.С., Бормашева Е.К.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Динамика постиндустриального информационного развития общества предъявляет новые высокие требования к образованию как социальному институту. В стремительно меняющемся мире необходимо обеспечить образование, развитие и воспитание личности, сформировать целостное мировоззрение и мироощущение, функциональную грамотность и творческий профессионализм молодых специалистов.

Реализация этих целей невозможна в рамках предыдущей образовательной парадигмы, необходима модернизация образования на основе всех достижений гуманитарных наук. Педагогическая наука играет особую роль в парадигматической коррекции современного образования.

Надежды исследователей и практиков связаны с разработкой новых парадигматических основ организации педагогического процесса – развитием креативной и творческой педагогики.

Определение статуса творческой педагогики как полноценной науки предполагает четкую формулировку ее объекта и предмета исследования.



Творческая педагогика изучает целенаправленную деятельность для активного развития и формирования личности, ее способностей.

Таким образом, предметом педагогики является не индивид, его психика, а система педагогических явлений, связанных с его развитием: те явления действительности, которые определяют развитие человеческой личности в процессе целенаправленной деятельности общества. Эти явления получили название образования. Образование является объектом исследования как в общей, так и в творческой педагогике, но главная особенность последней состоит в том, что она ориентирована на образование в области творческого развития. Формирование готовности к творческой деятельности – цель и материальная основа творческой педагогики.

Современная педагогическая наука указывает на существование четырех аспектов содержательной интерпретации образования:

1. Образование как ценность. Ценностная характеристика образования предполагает рассмотрение трех взаимосвязанных блоков: образование как государственная ценность; как общественная ценность; как личная ценность.

2. Образование как система. Государственная ценность образования заключается в зависимости всех сфер жизни государства от состояния образовательной сферы и возможностей ее развития. Зрелость компании определяется тем, как ей удастся лоббировать образовательные приоритеты в высших государственных органах. Личностная ценность образования проявляется в индивидуально мотивированном и стимулирующем отношении человека к собственному образованию.

3. Образование как процесс. Процесс движения от целей к результату, процесс субъектно-объектного и субъектно-субъектного взаимодействия педагогов с обучающимися.

4. Образование как результат. Сложился факт того, что государство, общество и личность присваивают ценности, которые формируются в процессе обучения. Эта особенность воспитания обусловлена самой природой восхождения каждого человека по «лестнице» своей личности. Такую «лестницу» можно представить в виде последовательного движения человека к все более высоким достижениям в своем образовательном уровне по следующим ступеням: грамотность – образование – профессиональная компетентность – культура – менталитет. Все уровни и звенья образования взаимосвязаны. Когда мы говорим о целостной системе, то есть сфере образования, мы имеем в виду не только систему образовательных учреждений, но, прежде всего, наличие общих, неизменных характеристик, характеризующих как систему в целом, так и ее отдельные компоненты, независимо от их уровня и профиля. Эти

характеристики включают, в частности, гибкость, динамизм, изменчивость, адаптивность, стабильность, предсказуемость, непрерывность и целостность образования.

Таким образом, предмет креативной педагогики представляет собой целостную образовательную систему.

Фактически, область образования является предметом внимания и применения многих социальных, естественных и технических наук.

Связь педагогики, в том числе творческой, с другими науками очевидна. Наиболее длительной и продуктивной является ее связь с философией, поскольку философские идеи легли в основу создания педагогических концепций и теорий, предвосхитили педагогические поиски и послужили ее методологической основой. Связь педагогики и психологии традиционна, что говорит о важности понимания особенностей человеческой природы, ее естественных потребностей и способностей с учетом механизмов, закономерностей психической деятельности и творческого развития личности для построения образования. Связь педагогики и медицины очевидна, что привело к появлению нового раздела педагогической науки – коррекционной педагогики; с антропологией; с экономикой, определяющей условия воспитания общества. Исследования в области социологии важны для креативной и творческой педагогики, задачей которой является планирование образования, выявление основных тенденций развития различных слоев населения и т.д.

Педагогическая деятельность имеет два основных аспекта. С одной стороны, это чисто практическая деятельность, связанная с повседневной учебно-воспитательной работой педагога, преподавателя. Педагогическая деятельность в данном случае – это процесс совместной деятельности преподавателей и учащихся, в ходе которого решаются основные задачи образования: обучение, воспитание и развитие студентов, овладение каждым из них соответствующими знаниями, навыками и умениями, мировоззренческими и поведенческими качествами личности. Роль креативной педагогики – сделать этот творческий процесс максимально эффективным и творческим и обеспечить высочайшее качество образования. Поэтому вполне естественно, что процесс обучения, его «технологическая составляющая» (методы, средства и организационные формы обучения, воспитания и развития учащихся) являются в первую очередь предметом творческой педагогики как науки.

Существует и второй аспект педагогической деятельности, поскольку учебному процессу должна предшествовать тщательная теоретико-методологическая разработка системы предстоящей учебной деятельности. В этой разработке должны быть представлены все

составляющие будущей деятельности преподавателей: образовательные стандарты, цели, содержание, методы, средства и организационные формы подготовки, обучения и развития учащихся.

«Жесткой» эта система быть не должна. Она должна мягко определять базовые точки педагогического процесса, приоритеты, технические приемы наиболее эффективного достижения целей образования. Педагогам, опытным и творческим, должна быть предоставлена максимально возможная степень свободы, чтобы они в полной мере могли реализовать свое педагогическое искусство и мастерство. Следует заметить, что персонификации педагогов данная система не должна предполагать. Она должна быть рассчитана на возможность ее реализации всеми педагогами, в независимо от их опыта, таланта и т.п.

В креативной педагогике практическая педагогическая деятельность должна сочетаться с научно-исследовательской, методической деятельностью по формированию педагогических систем, по обоснованию целей и содержания образования.

Педагогический процесс и педагогическая система находятся в теснейшей связи друг с другом. Невозможно создать эффективную систему подготовки школьников и студентов в отрыве от реализации этой системы в реальном процессе подготовки. В нем необходимо учитывать психологические особенности коллектива учащихся, их уровень теоретической подготовки, материальную базу учебного заведения, профессиональную квалификацию педагогов и т.д.

**Список использованных источников:**

1. Гершунский, Б.С. Философия образования для XX I века : В поисках ориентированных образовательных концепций / Б.С. Гершунский. – М.: Издательство «Совершенство», 2010.

2. Креативная педагогика: Методология, теория, практика / Под ред. В.В. Попова, Ю.Г. Круглова. – М.: Издательство «БИНОМ. Лаборатория знаний», 2017.

3. Педагогика / В.А. Сластенин, И.Ф. Исаев, А.И. Мищенко, Е.Н. Шиянов. – М.: Издательство «Школа – Пресс», 2000.

**©Сарханова С.С., Бормашева Е.К., 2021**

УДК 316.6

## АКТУАЛЬНОСТЬ ФЕМИНИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

Смирнова П.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Часто мы, молодые девушки, слышим с экрана телевизора и в разговорах со старшим поколением следующее: «Женщины уже давно получили свои права. Зачем нужен феминизм?» Я постараюсь полно ответить на этот вопрос. Также, цель моей статьи объяснить, что подобные фразы говорят о неосведомленности людей об этой проблеме. Объектом настоящего исследования является современный феминизм, предметом – множество проблем в повседневной жизни женщины. Статья представляет собой попытку дать обширный анализ этих проблем, которые доказывают актуальность выбранной темы, и даже возможные пути их решения. В качестве цели исследования я ставлю доказательство необходимости феминизма для женщины в наши дни.

В процессе исследования мною были использованы следующие методы: наблюдение, которое помогает понять объективность поставленной проблемы; статистический и литературно-аналитический методы, необходимые для обобщения и сбора важной для статьи информации из литературных источников.

В современном мире в жизни женщины существует множество проблем и первая, которую я хочу рассмотреть – сформированность определенных установок и отсутствие выбора из-за гендерной социализации. Гендерная социализация преследует женщину в течение всей ее жизни. Изначально мужчина и женщина никак друг от друга не отличаются. Но родители и учителя в абсолютном большинстве случаев пытаются воспитать «правильную» для патриархата девочку. Нас с детства учат уступать, вести себя тихо и смирно, быть аккуратными, молчать, когда не спрашивают, ведь «мы же девочки». Можно привести в пример уроки технологии в школе, где у нас нет выбора готовить суп или выпиливать лобзиком, ведь второе – «неженское дело». Когда девушка становится старше, родители спрашивают ее о том, как скоро будет свадьба и дети, а если вдруг эти вещи не планируются, то мы, женщины, становимся порицаемы. Преподаватели в университетах снисходительно говорят о том, что девушки рожают ребенка и не доучатся. Все сводится к тому, что единственная цель в жизни женщины – это обслуживание мужчин и «хранение очага». Следовательно, гендер – это социальный

конструкт, функция которого – поддержание мужского господства с помощью создания системы ценностей и норм мужского и женского, моделирования стиля жизни и образа мышления у мужчин и женщин, дискриминации женщины в различных сферах жизни [1].

Женщин осуждают за желание носить удобную мужскую одежду, заниматься типично «мужскими» видами труда и так далее. Все потому, что это отказ от практик, которые считаются типичными для ее биологического пола. Женщина, не соответствующая своей гендерной роли в полной мере, отвергается патриархатом, так как опасна для него.

Решением приведенной в пример проблемы служит воспитание детей без привязки к их гендеру, прививание равных возможностей.

Проблему «неженских профессий» я рассмотрю на примере технических специальностей. Для открытия частного бизнеса требуются лишь основы менеджмента и управления, но предпринимательство, связанное с цифровой техникой и ее ремонтом, закрыто для женщины. Практически во всех мастерских по ремонту техники находятся мужчины (и на высоких должностях, и на рабочих местах). Всё потому, что эта отрасль приватизирована ими. О том, что это «неженская» профессия говорят и сами женщины, и мужчины. По их мнению, если женщина будет чинить технику, то будет делать это гораздо хуже мужчины, более того, это совсем «не женственно». Поэтому многие женщины открывают цветочный бизнес или салоны красоты, не пробуя себя в иных сферах. Таким образом, не имеет значения, что в нашей стране нет запрета на такую деятельность для женщины, потому что их дискриминируют вне зависимости от законодательства. То же самое касается, например, женщины в политике.

Приведенная проблема вытекает прямым образом из предыдущей. Напомню, что гендерная социализация выделяет «исключительно» мужские и «исключительно» женские виды труда.

Так что может стимулировать женщин не ограничивать себя выбором только «типично женских» профессий? Например, транслирование по телевизору рекламы о том, что технологии (или любая типично «мужская» сфера) – это женское дело.

Еще одна проблема – «стеклянный потолок». По результатам исследования международной организации Grant Thornton International 2017 года, 63% опрошенных женщин чувствуют ограничения в карьере из-за традиционной социальной роли и необходимости уделять больше времени семье [2]. И это логично, ведь рано или поздно перед женщиной возникает дилемма: двигаться дальше по карьерной лестнице или исполнять традиционную роль «хранительницы очага». Эту тенденцию

можно проследить по карте Всемирного банка «процент работающих женщин».

При этом, данная проблема игнорируется мужчинами, так как 68% респондентов мужского пола не считают, что роль хозяйки накладывает на женщину карьерные ограничения.

Если посмотреть на то, сколько зарабатывает женщина за полный рабочий день по сравнению с мужчиной, то в некоторых развитых странах будет очевидный разрыв по данным ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития). Разница варьируется от 0% (в Люксембурге), 10-15% (Турция, Литва, Франция, Великобритания, Германия, Канада), от 20 до 30% и более процентов (США, Япония, Израиль, Корея и т.д.)

И это не значит, что женщины в чем-то разбираются хуже мужчин, просто виной тому «стеклянный потолок», который существует даже несмотря на то, что в большинстве развитых стран женщина получает одинаковое с мужчиной образование.

Исходя из вышеприведенного, возникает вопрос: может быть женщины просто не хотят занимать высокие должности? И, возможно, кто-то будет критиковать меня и посчитает, что это сексизм, потому как я обращаю внимание на то, какого пола директора в приведенных компаниях, а не на руководительские способности человека. Такая критика относится и к математическим способностям обоих полов, в этом стоит разобраться.

Многие люди считают, что раз женщин среди математиков очень мало, значит мозг женщины не силен в точных науках. Это не так. На эту тему есть статья в журнале «Since» от 2008 года. В статье опубликована статистика, из которой следует, что есть страны, где девочки добиваются меньших успехов в математике, но это те страны, в которых серьезные гендерные стереотипы. В северных странах (Норвегия, Швеция, Исландия) такого разрыва нет. Следовательно, дело в том, что девочки, опираясь на общественные стереотипы, не стремятся к точным наукам, а уделяют время гуманитарным. Вывод таков: общественное сознание влияет на выбор профессии. Стереотипы влияют на девочку и во взрослой жизни, при устройстве на работу. Директор, видя двух кандидатов разного пола на одну техническую специальность с большой долей вероятности выберет мужчину, потому что, по его мнению, женщина будет работать менее качественно (напомню о таких стереотипных высказываниях, как «женская логика», «женская дружба» и т.д., которые отождествляют слово «женское» со словом «второсортное»). Соответственно, если женщину и примут на подобную (скорее даже и на любую другую) работу, то ее труд будет оценен ниже мужского. Вернемся к статистике организации Grant Thornton International, где 38% мужчин признались, что когда-то

сознательно отказывали кандидату-женщине. Почти половина женщин, 44%, также вспомнили, как при продвижении по службе предпочтение отдавалось их коллегам-мужчинам с сопоставимыми квалификацией и опытом.

Искоренение проблемы «стеклянного потолка» реально только с полным отказом нашего общества от гендерных стереотипов и ролей, а этого добиться будет очень сложно.

Мизогиния – это женоненавистничество, которое в 21 веке резко стало популярным среди музыкантов. Мизогинные выражения, которые мы все знаем, некультурно употреблять в статье. Они стали завсегдатаями в речи не только мужчин, но и самих женщин. Они вошли в нашу речь как синонимы к слову «женщина». Нормализовали их зачастую лишённые смысла композиции современных артистов-мужчин (как пример, группа «Дети Раве», популярный исполнитель Morgenshtern). Подобная музыка влияет на то, как женщина сама себя воспринимает. Страшно, что назвать свою подругу ругательным мизогинным словом для некоторых девушек уже не является оскорблением, хотя такие слова должны резать слух людей. Этот факт, к сожалению, нашел подтверждение и в моей повседневной жизни. Интересно, что я намеренно игнорирую исполнителей, пропагандирующих мизогинию, но эти ужасные слова могут бездумно появиться в ходе диалога, потому как вокруг это стало нормой. Решение проблемы следующее: важно всегда помнить истинный смысл этих слов и обязательно извиняться перед собеседником, если подобные выражения всплыли в вашей речи. И, конечно, необходимо игнорировать песни, в которых женщина является сексуальным объектом или объектом ненависти.

Сексуальная объективация женщин и ее опасность – следующая проблема. Она опасна для женщин потому, что во время взросления у девочки формируется мысль о том, что для общества она ценна только тогда, когда ее тело соответствует стандартам красоты патриархального общества. В то время как ее таланты, мысли и профессионализм – второстепенные вещи.

Активистка Мария Дудко интересно объяснила само понятие: «Сексуальная объективация – это когда человек относится к другому человеку не как к полноценной личности, а как к набору приятных частей тела, существующих исключительно для удовлетворения чужих фантазий. Так получилось, что в нашем обществе этим набором частей тела оказываются чаще всего женщины» [3].

Ограниченное представление патриархального общества о женской сексуальности также сильно влияет на женщину. Если в ее жизни много сексуальных партнеров, то она считается женщиной лёгкого поведения,

если же ее изнасиловали, значит она чем-то спровоцировала мужчину. В такие моменты важную роль играют двойные стандарты. Наличие у мужчины большого количества половых партнерш зачастую является хорошим показателем в его глазах и в глазах его друзей. Если затрагивать тему изнасилований, то важно упомянуть, что насильник не выбирает себе жертву с ярко накрашенными губами или с глубоким декольте, это миф.

Совершенно точно, что сексуальное насилие никогда не является виной жертвы. Сексуальное насилие – это насильственное нападение на человека, а не спонтанное преступление на почве сексуальной страсти. Для жертвы это унижительный акт. Никто не «просит», не «намекает» и не заставляет нападавшего совершить преступление против него. Кыргызская студентка Айсулуу Жолдошева провела выставку What Were You Wearing? (Во что ты была одета?), посвященную жертвам насилия. Экспонатами выставки была одежда людей, переживших сексуальное насилие, и истории пострадавших. Экспонаты выставки – это детские и подростковые платья, свободные джинсы, блузки и халаты, школьная форма, офисная и спортивная одежда [4].

Еще один опаснейший миф заключается в том, что мужчина просто не может совладать со своим желанием, когда видит сексуальную и красивую женщину. Если какой-то человек верит в подобное, он забывает, что мужчина – это человек, который обладает разумом, в отличие от животного, следовательно, дело не в инстинктах, не в сексуальном желании, а в потребности властвовать над другим человеком. В актах изнасилования преобладает агрессия, а никак не чувства, с которыми насильник «не совладал».

Интересно, когда Голда Меир была премьер-министром Израиля, кабинет министров предложил ей ввести комендантский час для женщин, чтобы остановить волну изнасилований. Она отказалась, сказав: «Это мужчины нападают на женщин – и если уж и вводить комендантский час, то для мужчин».

В общем, из-за сексуальной объективации женщины чувствуют себя незащищенными. Истории о том, как в подростковом возрасте девочкам свистят на улицах или пристают в общественном транспорте не являются чем-то, выходящим за рамки понимания. Все мои подруги и я пережили такой опыт. Это отражено и в опросе, который я провела среди студенток своего университета (проголосовали 312 человек). Я задала следующий вопрос: «К вам приставали на улицах или в общественных местах? (т.е. вас трогали, фотографировали, приглашали сесть в машину или преследовали на машине, употребляли кэтколлинг в ваш адрес и т.д.)» 82% опрошенных ответили положительно. Страх изнасилования или похищения тоже зачастую становится обыденностью.



Всё идет от воспитания. Почему, если мальчик в школе ради забавы поднял юбку одноклассницы, то именно девочку отчитывают за юбку выше колена? От сексуальной объективации можно избавиться, только в том случае, если учить детей личным границам с малых лет. Немаловажно убрать с рекламных баннеров и телевидения изображения полуголой женщины для завлечения мужской массы населения.

В заключении я хочу привести в пример тех женщин, которые активно продвигают феминизм. Феминизм стал одним из хитов предвыборной кампании Хиллари Клинтон в 2016 году. Борясь за пост президента, Клинтон использовала свой же лозунг, впервые озвученный в 1995 году: «Права женщин – это права человека». Не смотря на проигрыш, в своем твиттере она призвала девочек и девушек не сдаваться и верить в свои силы. Тарана Бёрк запустила хештег #MeToo. Это превратилось в массовое онлайн-движение, где девушки поддерживают друг друга, делясь нелегким опытом сексуального насилия. Этот хештег популярен до сих пор и помогает женщинам справляться с полученной травмой. Анжелина Джоли, став послом доброй воли по делам беженцев ООН в 2001 году, помогает одной из самых незащищенных групп женщин в мире. В своих публичных выступлениях уделяет особое внимание вопросу сексуального насилия в зонах военных конфликтов и необходимости помощи его жертвам.

Феминизм – это прогрессивное и важное течение. Женщины, получив свои избирательные права и разрешение на многие виды работ в прошлом веке, всё еще сталкиваются с дискриминацией и обесцениванием сегодня. Статистика, опросы и опыт девушек дают право говорить о том, что феминизм актуален.

#### **Список использованных источников:**

1. «Феминизм наглядно» [Электронный ресурс] URL: [https://www.instagram.com/feminism\\_visually/](https://www.instagram.com/feminism_visually/)
2. «Стереотипы, зарплаты, математика и стеклянный потолок // Сергей Гуриев о гендерном неравенстве» [Видеозапись] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kBSFtXBrytM>
3. «Что такое сексуальная объективация и чем она опасна» [Электронный ресурс] URL: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life-opinion/203025-sexual-objectification>
4. «Нет специальной одежды»: Во что были одеты жертвы сексуального насилия?» [Электронный ресурс] URL: <https://kloop.kg/blog/2018/10/06/net-spetsialnoj-odezhdy-vo-chno-byli-odety-zhertvy-seksualnogo-nasiliya/>

©Смирнова П.В., 2021

УДК 72.01

## «ИДЕАЛЬНЫЙ ГОРОД» XIX ВЕКА: ПЕРВЫЕ ШАГИ

Хвостикова В.О.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Южный федеральный университет», Ростов-на-Дону*

Логические рамки XIX века были смещены двумя событиями – Великой французской революцией (1789 г.) и Первой мировой войной (1914 г.). Нас интересует, какие градостроительные проекты были созданы первыми за 125 лет «долгого XIX века», а также характерные черты этих проектов.

В частности, речь пойдет об «идеальных городах» утопистов Шарля Фурье, Роберта Оуэна и Этьена Кабе.

Для начала нам необходимо определить особенности социокультурного и политического развития столетия.

XIX век был временем растущего национализма, когда отдельные государства ревностно защищали свою национальную и культурную идентичность. В то же время Европа была едина в развитии дипломатии и основных культурных тенденций, тех, что касаются литературных стилей и научного прогресса.

Все страны Европы были вовлечены в промышленную революцию, но она распространялась неравномерно – более интенсивно в Западной Европе и медленно в аграрных Южных и Восточных областях.

Промышленная революция стала причиной взрывного роста экономики, а следствием роста экономики стал рост населения Западной Европы, ведь снизилась смертность от эпидемий, и увеличилось производство пищи. За XIX век сократилась детская смертность, а продолжительность жизни возросла.

Особенно это характерно для Великобритании, ведущего промышленного гиганта столетия: «В 1740-1850 годах Великобритания переживала беспрецедентную демографическую трансформацию. Примерно с 1740 года начинает стабильно расти население Англии и Уэльса – в Шотландии рост населения был менее резким, но все же впечатляющим. Темпы прироста ускорились с начала 1780-х годов и стали еще более высокими в первой половине XIX века. В 1741 году население Англии и Уэльса составляло около 5,96 миллионов, Шотландии – 1,2 миллиона человек. К 1801 году – 9,37 и 1,6 миллиона соответственно, темпы прироста – 57% и 33%. К 1851 году общее население Великобритании достигло 20,81 миллиона, вдвое увеличившись за 50 лет (к 1911 году оно также увеличится почти вдвое)» [1].

Такому количеству людей требовалось место для жизни и работы. Этим местом закономерно стал город.

Урбанизация – движение сельских жителей в города – достигла невиданных масштабов. Всего за несколько лет фабричные центры (Манчестер, Ливерпуль и др.), трансформировались в перспективные города. В городах улучшились санитарные условия, были усовершенствованы системы отопления, канализации, водопровода и освещения.

Не обходилось без сложностей – не было регламентировано количество допустимых рабочих часов, горожане работали по 14-16 часов в сутки. В число рабочих также входили женщины и дети.

Одновременно городские власти пытались ограничить традиционные популярные развлечения, ведь такой вид отдыха считался опасным для государственного порядка, т.к. собирал большое количество людей. Городская полиция, созданная в 1820-х годах в крупных городах, для обеспечения профессионального контроля над преступностью, проводила большую часть своего времени в борьбе с народным стремлением отдыхать в середине столетия.

Поэтому, как обычно бывает в кризисные моменты истории, утопическое напряжение XIX столетия вылилось в невиданное разнообразие произведений, программ и революционных проектов. Кроме того, еще не была исчерпана вера в рациональное общество: «Но если безграничная вера в возможность рационального общества была недолговечна, ибо отдельные сомнения появились с самого начала, то неподдельный интерес к созданию гармоничного и полностью справедливого общественного порядка все же сохранялся: и пока этот интерес существовал, переходя – отчасти по инерции в XIX век, эта, теперь уже вполне буквальная, утопическая фантазия получила возможность обрести духовную сущность и движущую силу» [2, с. 23].

Потребность в создании гармоничное общество породила ряд авторов, которые использовали в качестве топоса своих утопических проектов город.

Среди социал-утопистов XIX века трех из них обычно ставят в ряд: речь о Ш. Фурье, Р. Оуэне и Э. Кабе.

Одним из первых утопистов XIX века, чья урбанистическая утопия оказала влияние на современников, был Франсуа Мари Шарль Фурье (1772-1837). Французский философ Шарль Фурье был одним из основоположников утопического социализма и ранним социалистическим мыслителем. Его идеи опередили существующие взгляды на общество и считались радикальными. Однако после его смерти идеи Фурье стали основным направлением мышления в обществе. При этом они преодолели

географические границы – в Америке и России в разные годы сообщества его единомышленников пытались создать фаланги. Позже Фурье вдохновил множество революционных мыслителей и писателей.

В основе концепции Фурье лежит фаланга – коммуна, которая сама себя обеспечивает и где живет от 1500 до 2000 человек, которые трудятся для выгоды друг друга. Все жители фаланги представляют основные профессии людей, однако большая часть должна быть занята в аграрном секторе, только одна треть в промышленности.

Фаланга Фурье расположена во дворце особого типа. Этот дворец автор назвал фаланстер. Фаланстер представляет собой идеальную модель организации жизни небольшого сообщества, коммуны. Основные принципы существования коммуны – рациональность и справедливость. Фаланстер напоминает маленький город, в его утопическом проявлении, т.к. обеспечивает себя сам, имеет четкие границы. Жизнь коммуны строго регламентирована. Фаланстер делится на три части, каждая из которых выполняет свою функцию. Центральная часть служит общественному благу – здесь находится, всё, что касается интеллектуального труда – гостиные, студии и библиотеки.

Левое крыло «дворца» – место для мастерских и детских комнат. Правое – для проживания гостей коммуны. Конечно, Фурье предполагал и жилые помещения в своем проекте, а кроме того зимние сады, стеклянные галереи, обсерватории, телеграф и многое другое. Основная мысль автора – обеспечить низший класс общества тем, что в обычном капиталистическом обществе имеют только богатые.

Фурье создал проект идеального общества, где нет классовой борьбы, богатые не эксплуатируют бедных, и все живут в гармонии. Каждый фаланстер, по мнению автора, сможет автономно существовать за счет результатов собственного труда.

Как и другие гуманисты XIX века, Фурье был уверен в альтруистической природе человека. На этом убеждении основано учение Шарля Фурье.

Проект Фурье имеет отличия от других утопий его эпохи, ведь он заложил в основе своего учения частнособственнические отношения. Это принципиальное различие было основано на том, что, по мнению автора, гармонии чужды единообразию и уравнивательность.

Еще один утопист, проект которого был близок к урбанистической утопии – Роберт Оуэн. Он был человеком, опередившим свое время. В течение всей жизни он стремился улучшить здоровье, образование, благосостояние и права рабочего класса. Он также критиковал существующий порядок и его проекты противостояли этому порядку. Самый известный проект Оуэна – Нью-Ланарк.

Под управлением Роберта Оуэна с 1800 по 1825 гг. хлопковые фабрики и деревня Нью-Ланарк стали образцовым сообществом, в котором стремление к прогрессу и процветанию благодаря новым технологиям промышленной революции было смягчено заботливым и гуманным режимом.

Нью-Ланарк получил международную репутацию благодаря социальным и образовательным реформам, осуществленным Р. Оуэном. В Нью-Ланарке была первая в мире детская школа, ясли для работающих матерей, бесплатное медицинское обслуживание и комплексная система образования для детей, включая вечерние занятия для взрослых. Детям до 10 лет не разрешалось работать на мельнице. Досуг также не был забыт – были организованы концерты, танцы, создание музыки и приятное озеленение на благо сообщества.

Когда Оуэн открыл Институт формирования характера, который был фактически образовательным центром для его работников, он обрисовал свои дальнейшие планы относительно удивительно прогрессивной и просвещенной системы образования, которую он считал ключом к более счастливому обществу и всеобщей гармонии. Многие люди, посетившие Нью-Ланарк, считали, что Институт формирования характера является одним из величайших современных чудес.

Находясь в Нью-Ланарке, Роберт Оуэн продемонстрировал политику управления, которая в настоящее время широко признана в качестве предшественника современных теорий, касающихся управления персоналом, а также этических методов ведения бизнеса.

Даже сегодня Новый Ланарк привлекает посетителей со всего мира, которые приезжают посмотреть исторические здания и посетить отмеченный наградами Центр посетителей. Наследие Роберта Оуэна продолжает вдохновлять New Lanark Trust, шотландскую благотворительную организацию, которая занимается восстановлением и уходом за исторической деревней New Lanark в Южной Шотландии.

Роберт Оуэн был настоящим гуманистом, потому что считал человека продуктом среды. То есть в несовершенстве людей он видел вину окружающей среды, капитализма в частности.

Последний утопист, о котором мы будем говорить в этом исследовании, это Этьен Кабе. Под влиянием работы Т. Мора в 1840 году Э. Кабе создает свой утопический труд «Путешествие в Икарию». В нем автор закладывает начало становления социалистических концепций.

В его произведении отражены уже знакомые нам черты классической утопии. Первая черта – роман написан в виде «романа-путешествия», а также продолжает линию философских трактатов. Кабе конструирует коммунистическое общество, основываясь на критике существующего

капитализма. Ведь он считает, что все проблемы общества исходят из имущественного неравенства и денег. Средство, которое он предлагает – уничтожение богатства и нищеты, установление равенства, общности имущества и хорошего воспитания.

Что самое важное для нашего исследования, «Путешествие» обладает чертой, которая отсылает нас к классическим утопиям, и это урбанизм. Э. Кабе создает проект идеального коммунального города, круглого в форме, с прямыми улицами, единообразными зданиями и роскошными садами:

«Мы ознакомились затем с великолепным планом Икары. – Он поразительно правилен! – воскликнул я. <...> Город, почти круглый, разделен на две приблизительно равные части Таиром (или Величественным), течение которого было выправлено и заперто между двумя стенами по прямой линии, а русло углублено, чтобы принимать суда, прибывающие морем» [3].

План Икары нам знаком, мы встречаем подобные градостроительные решения еще со времен Античности. Речь идет о круглой форме города, в центре которой площадь и находится дворец на возвышении:

«Вы видите, что посередине города река делится на два рукава, которые удаляются друг от друга, сближаются и снова соединяются в первоначальном направлении, чтобы образовать довольно обширный круглый остров. Этот остров представляет площадь, центральную площадь, усаженную деревьями; посередине ее возвышается дворец с обширным и роскошным садом, подымающимся террасой из центра которого выступает высокая колонна, увенчанная колоссальной статуей, господствующей над всеми зданиями» [3]. Более того, канал, который отделяет главную площадь и дворец от всего остального города – это прямая отсылка к Атлантиде Платона. «Посмотрите на все эти прямые и широкие улицы! Вот пятьдесят больших улиц, которые прорезывают город параллельно реке, и пятьдесят, которые прорезывают его перпендикулярно к реке. Другие тоже более или менее длинны» [3].

Перпендикулярное решение в планировании улиц – это также дань утопиям прошлого, т.к. споры о прямых и изогнутых улицах возникли только в 1877 году, благодаря Йозефу Штюббену [4]. «Поистине, – воскликнул я с восторгом, – эти сады столь же прекрасны, как и наши великолепные скверы Лондона! – Как, столь же прекрасны? – возразил Евгений. – Скажите же, во сто раз лучше ваших аристократических скверов, укрытых за высокими стенами или высокими решетками и оградами, зачастую не допускающими проникнуть туда даже глазу народа...» [3]. Такими образом Э. Кабе придает большое значение эстетическому элементу утопии, в тоже время, подчеркивая идею

равенства. Эта идея также отражается в единообразии жилья, которое автор пытается компенсировать красочными фасадами. Все здания в городе только для общественной пользы, все технологические устройства служат осуществлению коммунистических идеалов.

Проект города, который создал Э. Кабе противопоставлен существующим в это время городам Европы с их социальными, транспортными и санитарно-гигиеническими условиями. Роман «Путешествие в Икарию» произвел такой мощный импульс к воплощению коммунистической утопии, что была предпринята попытка воплотить в жизнь описанный идеал. Однако ни одно поселение, основанное по принципам Э. Кабе, не просуществовало долго в силу социально-экономических причин.

XIX столетие создало идеал города, основанного на концепции социализма. До 1898 г. существовало два условных образа совершенного места для жизни людей – сад и город. Свои утопические проекты авторы создавали в зависимости от ретроспективного или перспективного подхода – ностальгический идеал «естественной» жизни на природе, либо образ совершенного города, построенного в соответствии с передовыми технологиями. Однако ни тот, ни другой образ не воплотились в полной мере. Антиурбанистические мечты о возвращении на природу не реализовались по причине невозможности остановить стремительный рост урбанизации. Урбанистические грезы об идеальном городе не воплотились по той же причине – рост городов происходил хаотично, создавая перенаселенные индустриальные гиганты. Преимущества, которые дает город-левиафан, оказались гораздо весомее неудобств.

Проекты идеальных городов, которые сложились в Новое время, так или иначе, отражали проблемную сущность уже существующих городов. Урбанистическая утопия Нового времени выполняла несколько функций, которые были представлены в нашем исследовании ранее. Критическая функция утопии меняла свой угол зрения в зависимости от общественных приоритетов.

Утопия Кабе своим родством с классическими утопиями XV-XVI века создает обманчивое ощущение ретроспективы, однако она критикует капиталистическое общество XIX века и создает образ коммунистического общества. Его современник Р. Оуэн также критикует существующее общество и выдвигает на первый план тезис, о том, что человека формирует среда. Здесь же проявляется познавательная функция урбанистического утопизма – создавая тот или иной образ идеального общества в рамках идеального города, утописты XIX столетия лучше проникали в сущность современного им капитализма и устройства городов. Прогностическая же функция особенно ярко выразилась в

проекте Ш. Фурье. Его проект коммуны опередил время и послужил образцом для утопистов XX века.

Каждый утопист XIX века создает проект города, который является не просто эстетическим объектом, но также несет в себе ценностно-нормативную функцию. Это можно увидеть, проследив влияние проектов столетия на дальнейшие проекты урбанистического утопизма. Все проекты XIX века служили лабораторией по изучению человека и его возможностей общежития.

**Список использованных источников:**

1. Дэвис С. Урбанизация как спонтанный порядок//Эл. ресурс: [http://old.inliberty.ru/library/457-urbanizaciya-kak-spontannyy-poryadok] (дата обращения 25.11.2021г.);

2. Роу К., Кеттер Ф. Город коллаж/пер. с англ. – М.: Strelka Press, 2018, стр. 23;

3. Кабе Э. Путешествие в Икарию [Эл. ресурс] http://istmat.info/files/uploads/28569/cabet\_icarie.pdf (дата обращения 25.11.2021г.);

4. Штюббен Й. Прямые или кривые улицы? Немецкая строительная газета, вып. 11, 1877.

©Хвостикова В.О., 2021

**УДК 304.2**

**ЯЗЫЧЕСКИЕ ВЕРОВАНИЯ И МОНОТЕИСТИЧЕСКИЕ РЕЛИГИИ  
В СОВРЕМЕННОМ ИСКУССТВЕ**

Черных В.С., Пухир В.М.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Религия – это система взглядов, которая подразумевает наличие сверхъестественного в мире – и этому сверхъестественному поклоняются, совершают обряды во имя его. На протяжении веков религия была для человечества главной опорой в жизни, она настолько глубоко вошла в сознание людей, что диктовала свои правила жизни: за веру воевали и умирали, обращали в свою религию иноверцев, собирали целые походы, чтобы распространить свою веру как можно шире. Из желания получить благодати Господней, приобщения к чему-то неземному и надчеловеческому, ради удачи в любви, торговле или битве – а также из страха перед божественным гневом (и конечно перед остракизмом со стороны окружающих и технологическими чудесами Святой Инквизиции)



– миллионы людей посещали проповеди, исповедовались и молились, жертвовали своим богам (или их заместителям на земле) деньги, пищу и даже своих первенцев, возводили исполинские сооружения, дабы увековечить свою веру. Но самый интересный след религия оставила в искусстве.

Если говорить о мастерах прошлого, то всем прекрасно известны фрески Микеланджело на сводах Сикстинской капеллы, «Похищение Европы» Валентина Серова и «Явление Христа народу» Александра Иванова, произведения Гомера и «Фауст» Гёте. А как отражаются верования в современном искусстве? Актуальны ли мифологические и религиозные сюжеты в наши дни, и по-прежнему ли авторы черпают в них вдохновение?

Британский фэнтези-писатель, мастер по вплетению магического и сверхъестественного в естественное и обыденное, Нил Гейман в главном своём романе «Американские боги» [1] описывает противостояние старых и новых богов. Старые боги пришли на американскую землю в умах и сердцах бесчисленного потока иммигрантов, однако с веками потребность людей в поклонении Одину, Афродите или же Перуну исчезла, а потому старые боги лишились своих сил и оказались вынуждены жить как обычные люди. Так, например, Царица Савская – некогда легендарная и обожествляемая правительница царства на Аравийском полуострове, верховная жрица любви, – в современном Нью-Йорке ради пропитания вынуждена заниматься проституцией, а внушавшая трепет индуистская богиня смерти Кали – работать официанткой в захолустном кафе.

Что же за новые боги пришли им на смену? Они олицетворяют современность: капитализм, глобализацию, интернет, рекламу и всемогущие корпорации. Куда более востребованные современным человечеством, новые боги не требуют человеческих жертвоприношений – лишь времени и внимания к собственным персонам.

В романе очень часто повторяется мысль, что Америка – это место, где может быть хорошо людям, но не богам, старых богов здесь никто не любит и не ждёт – то есть ставится вопрос о месте богов в мировоззрении американской нации. Ответом же, по-видимому, является реплика главного героя, произнесённая в конце романа: «Лучше быть человеком, чем богом, люди не нуждаются в такой вере».

Он понимает, что старые боги больше не нужны – но также понимает и что новые боги тоже когда-нибудь станут старыми. Религия уходит в прошлое, она очень скоро не будет никому нужна – и ничем кроме как достоянием культуры религия не может быть. Всё это и происходит на страницах романа: одни боги погибают, освобождая место для новых, а те освободят места для других – и так до конца дней.

Роман также можно интерпретировать и как аллегорический комментарий на тему места иммигрантов в Америке. Приезжие становятся носителями двух культур, мимикрируют под среду. Ярким примером является новое божество – Мистер Мир, который является воплощением скандинавского бога-шутника Локи. Он содержит в себе одновременно и прошлое, и будущее, метафора вечного движения вперёд и вечного повторения, образ иммигранта, который смог на новой земле стать успешным человеком.

Мы видим, что для современной литературы до сих пор актуально использование мифологии. Через призму мифологических верований, придуманных тысячи лет назад, можно вполне содержательно говорить о современных событиях и тенденциях.

Не только современные писатели, но и музыканты остаются равнодушны к теме религии. Солист группы Nautilus Pompilius, Вячеслав Бутусов, в 1993 году написал на стихи Ильи Кормильцева песню «Прогулки по воде» [2], имеющую библейскую основу.

Сюжет рассказывает о встрече на причале Иисуса Христа с одним из своих апостолов, Андреем. Апостол ловит рыбу, Иисус также занят своеобразной «ловлей», но ходит по воде и достаёт из неё утонувших людей. Поражённый Андрей умоляет Спасителя рассказать ему, как получить такие сверхспособности, а Иисус указывает на крест на горе. Ценой его чудес стала мученическая смерть – и ученик в любой момент может повторить этот путь, если пожелает. Однако Андрей отказывается принимать – и даже понимать – жестокую правду. Он спрашивает опять и опять, надеясь узнать некий быстрый и «простой» путь, не требующий от него столь многого. Иисусу нечего больше сказать, и Андрей, расплакавшись, уходит прочь.

Хотя данная композиция является достаточно вольным пересказом одного из евангельских сюжетов, но в ней удивительно точно и просто передана печаль непонятого Христа. Люди в погоне за истиной не всегда понимают, где материальное, а где – духовное, что важно и первостепенно, а что вообще не имеет значения. Андрей из Евангелия понял, где искать истину (и сам был, по преданию, распят в Патрах около 67 года н.э.), робкий же и слишком замороженный «чудесами» Андрей Бутусова и Кормильцева – (пока) нет. Перед нами очередной пример того, насколько нравственные вопросы религиозных текстов можно справедливо считать вечными и актуальными вопросами – как для автора, так и для слушателя.

Кинопроизводство тоже не стоит в стороне.

В 2014 году на экраны вышел сериал «Настоящий детектив» [4], первый сезон которого стал тогда абсолютным хитом, как среди российского зрителя, так и за рубежом.

В центре повествования – странное, жестокое ритуальное убийство молодой женщины в штате Луизиана. Расследовать это дело поручают двум детективам – Расту Коулу и Мартину Харту.

Место действия, штат Луизиана, известно своими болотами, огромным количеством потомков французских колонистов и сантерией – разновидностью вуду, которой присущи, однако, элементы католицизма. В смерти женщины оказываются повинны фанатики и оккультисты, считающие себя благочестивыми католиками. В этом отношении сериал основывается на реальных событиях – хотя звучит это для современного зрителя немного безумно.

Если обратиться к истории Луизианы, то можно заметить, что штат долгое время был известным местом ссылки преступников и язычников. Понятно, что, попав на новое место, в отсутствие контроля над верованиями со стороны государства, поселенцы делали, что хотели. Среди этих людей были и катары – последователи еретического учения, отколовшегося от христианства. Катары убеждены, что конец света уже давным-давно наступил, а ад – уже здесь. Эти настроения очень точно переданы в эпизодах сезона [3].

Детектив Раст Коул – один из главных героев и весьма эксцентричный субъект – отчасти согласен с этим утверждением. Вообще, если обращаться к древним архетипам героев, Коула можно смело назвать шаманом. Он чувствует сверхъестественное (возможно из-за пристрастия к наркотикам в прошлом), он нелюдим и мрачен, его постоянно посещают видения.

Сериал богат на отсылки к древним религиозным верованиям – например, к манихейству и культуре Митры.

Манихейцы верили, что в мире происходит постоянная борьба добра со злом, но не это выделяет их среди околохристианских еретических учений – в конечном итоге, все религии так или иначе говорят о вечном противостоянии добра и зла. Но манихейцы максимально пессимистичны: они считают, что всё в этом мире грешно, болезненно, неправильно, что мир сам по себе есть хаос и ад. Конечно, Луизиана – идеальная среда для торжества таких взглядов – даже маленькая дочь Мартина Харта играет куклами в изнасилование, невольно подтверждая тезис о том, что все люди, даже дети, – порочны и демоничны [4].

Митра – божество индоиранского происхождения. Митрианство – тайный культ, в который вступали воины и аристократия (культ был настолько тайным, что его adeptам разрешалось в целях конспирации совершать обряды других религий!). Собственные же молитвы, почитая указания своего бога, митраисты возносили под землёй. Всё это вызывало особенное возмущение среди христиан, считавших митраистов

пособниками дьявола. По мере развития сюжета, христиане обвиняют митраистов в человеческих жертвоприношениях, показаны подземные ходы и прочий антураж культа.

Сложно представить, как бы выглядел этот сериал без всех описанных древних верований и представлений о мире. Ясно одно – он был бы не столь многогранным, не таким интересным. Огромный пласт древности делает это произведение самобытным, ярким и выразительным комментарием на извечные темы добра и зла, смысла жизни и места человека в этом мире.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что люди, особенно люди искусства, не забыли и вряд ли в скором времени забудут о мифах и религиях прошлого. Ведь именно через древнее и глубинное человеку порой легче понять настоящее.

**Список использованных источников:**

1. Нил Гейман. Американские боги (Пер с англ.) М. АСТ, 2014
2. Вячеслав Бутусов. Прогулки по воде. [Электронный ресурс] / Nautilus Pompilius // <https://genius.com/Nautilus-pompilius-walk-on-the-water-lyrics>
3. Ник Пиццолатто. Настоящий детектив. [Электронный ресурс] / <https://www.kinopoisk.ru/series/681831/>
4. Видеообзор «А о чём на самом деле первый сезон «Настоящего детектива» [Электронный ресурс] / <https://www.youtube.com/watch?v=OJm5nGmLBak>

**©Черных В.С., Пухир В.М., 2021**

**УДК 316.3**

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ  
РАЗНОВИДНОСТЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ ОБЩНОСТЕЙ  
В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**

Шойхет С.О., Чабиева Т.С.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Для полного понимания современных социальных общностей, нам необходимо изучить подходы к данному определению на всех этапах их формирования.

Общеизвестно, что общество – это целостная социокультурная система, состоящая из множества подсистем с различными

системообразующими интегральными качествами [1]. И как раз из одной основных таких подсистем является социальная общность.

Ещё в XIX в. социалисты-утописты отождествляли общность с типом общества, организованного согласно человеческим потребностям. Позднее стали считать, что общность создается человеческой волей, для нее характерно преобладание связей родства, братства, соседства. Материальной основой социальной общности признавалась коллективная собственность [2].

Понятие социальных общностей рассматривали многие социологи. Например, американский социолог Т. Парсонс считает, что социальная общность – это объединение действующих лиц, обладающих определенным территориальным пространством как основой для осуществления большей части их повседневной деятельности [3].

Зачастую понятие «социальная общность» путают с определением «социальная группа». Социальная группа – это совокупность индивидов, взаимодействующих определенным образом на основе разделяемых ожиданий каждого члена группы в отношении других. Основными признаками социальной группы являются:

наличие взаимодействия между членами (которое необязательно присутствует в социальной общности);

появление разделяемых ожиданий от каждого члена группы в отношении других (тоже необязательно для существования социальной общности) [4].

Также существуют некоторые проблемы функционирования определенных социальных общностей. В современном российском обществе просматривается проблема функционирования демографических социальных общностей. Демографические социальные общности – это крупные объединения людей по половозрастным характеристикам (мужчины, женщины, молодёжь, пожилые люди и так далее).

Помимо этого, такая проблема возникает из-за гендерного самоопределения, а точнее, из-за отказа населения принимать более двух гендеров или в целом из-за гендерного неравенства, которое развито в России.

Также существует проблема функционирования этнических социальных общностей, которая уже актуальна не только в российском обществе, но и в зарубежном [5]. Это связано с проблемами взаимосвязи национальных меньшинств (группа с определенными физическими и культурными чертами, испытывающая политическую, экономическую или социальную дискриминацию в форме предрассудков, сегрегации или преследования, а также пренебрежительного отношения со стороны

большинства) с группой большинства. В конце XX в. национальный вопрос в известном смысле стал глобальным.

Подобные проблемы возникают из-за проблемы недостатка социальной солидарности в современном обществе. Проблема единства общества, социальной солидарности рассматривается О. Контом в рамках социальной статики. Ее цель – выявление условий существования социальных общностей и открытие соответствующих законов порядка и гармонии.

Важной особенностью социальной общности является факт осознания единства собственных интересов на основе сближающих жизнь ее членов условий. Социальная общность часто начинается с противопоставления «мы – они».

Также актуальной особенностью социальных общностей в России и за рубежом является стремление к псевдорелигиозной идентичности [6]. Псевдорелигиозная идентичность заключается, во-первых, в распространении новых тоталитарных религиозных течений, таких как иеговисты, аум сенрёкю, салафиты, а во-вторых, в политизации религии, выражающейся, в частности, в фундаментализме одних и его крайнем отрицании другими.

Общих особенностей российских и зарубежных социальных общностей достаточно, а вот отличительных, на самом деле, выявлено не так уж и много, поэтому разобрать их будет не так уж и сложно.

Важная отличительная особенность социальных общностей в России от социальных общностей за рубежом заключается в том, что зачастую члены российских социальных общностей стремятся соответствовать более высокому уровню, для чего эмигрируют в другие города и страны, а участники зарубежных социальных общностей больше привержены некому патриотизму, поэтому развиваются внутри своей страны.

Также отличительной чертой социальных общностей является не сам процесс идентификации, а «борьба за идентичность».

Важной особенностью социальных общностей является противопоставление «мы – они». Также общей интересной особенностью является псевдорелигиозная идентичность, которая существует и в России, и за рубежом.

Отличительных черт формирования и функционирования социальных общностей в России и за рубежом, как таковых, нет. Но несколько явно прослеживаются, одна из них – стремление членов российских социальных общностей расти при помощи эмиграции. А также российские социальные общности борются за общественное признание, когда за рубежом проблемы принятия обществом не стоят так остро.

**Список использованных источников:**

1. Общество как социокультурная система // Студопедия // URL: [https://studopedia.ru/14\\_62641\\_obshchestvo-kak-sotsiokulturnaya-sistema.html](https://studopedia.ru/14_62641_obshchestvo-kak-sotsiokulturnaya-sistema.html) (дата обращения: 18.12.2020).
2. Дементьев С. М. Социальные общности и их типология. Методические указания к изучению темы // Волгоград. ВолГАСУ. – 2015. – 23 с.
3. Николаева В. Г. Перевод Социальные системы Т. Парсонса. // Вопросы социальной теории. Том 2. Выпуск 1. – 2008. – 500 с.
4. Фролов С.С. Московский государственный университет печати // Социология. Издание 3. – 2002. – 344 с.
5. Влияние этнических основ на рекламу // URL: [https://stud.wiki/marketing/3c0a65635a3bc79b4d53b89421316c36\\_0.html](https://stud.wiki/marketing/3c0a65635a3bc79b4d53b89421316c36_0.html) (дата обращения: 14.12.2020).
6. Чащин Е. В. Современные социальные общности и их зависимость от стиля и типа мышления // Пермский национальный исследовательский политехнический университет. – 2016. – С.131-138.

©Шойхет С.О., Чабиева Т.С., 2021

**УДК 339.138**

**ИНСТРУМЕНТЫ DIGITAL В ОБРАЗОВАНИИ**

Штельц Н.В., Аржанова К.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления», Москва*

Важность использования digital-инструментов в образовании растет стремительными темпами. В первую очередь это связано с цифровизацией – технологии окружают современного человека во всех сферах деятельности, их интеграция значительно упрощает нашу повседневную жизнь и процесс получения знаний соответственно.

Образование – это система, которая влияет не только на количество навыков и знаний, но и на мировоззрение человека, именно поэтому оно должно быть доступным, а процесс обучения комфортным.

Таким образом, возникает общемировой тренд на использование цифровых технологий в образовании. Растет количество интернет-пользователей и людей, владеющих современными гаджетами. Россия не отстает от передовых стран, уже сейчас можно выделить представленные в России digital-инструменты в образовании.

Самым распространённым примером является переход на электронные дневники и классные журналы. Переход был начат с 1 января

2014 года. Электронные журналы и дневники в школе позволяют в реальном времени решать вопросы, связанные с учебным процессом [1]. Это удобно и для школ, и для родителей, и для учеников. Электронные журналы и дневники имеют ряд преимуществ:

- доступность в любой момент времени;
- контроль успеваемости;
- мониторинг выставленных оценок;
- прямые коммуникации между учителями и родителями учащихся;
- получение домашнего задания и возможность прочитать замечания;
- проведение оповещений по различным школьным мероприятиям;
- соответствие требованиям по модернизации ИКТ.

Не менее популярны платформы для подготовки к сдаче государственных экзаменов. Самым известным ресурсом является бесплатный образовательный портал «Решу ЕГЭ». Сервисы портала дают возможность использовать классификатор экзаменационных заданий для организации тематического повторения, осуществлять текущий контроль знаний, проходить тестирование в формате ЕГЭ по варианту, лично сгенерированному для конкретного ученика. На портале также возможно вести статистику изученных тем, получить прогноз тестового экзаменационного балла, что дает возможность оценить уровень подготовки. Для того чтобы регулярно пользоваться порталом необходимо зарегистрироваться, регистрация позволяет вести статистику решенных заданий и получать персональные рекомендации для подготовки к экзамену. Все это повышает шансы на успешную сдачу.

Популярность приобретают и цифровые образовательные ресурсы, нацеленные на обучение детей младшего школьного возраста. Их использование в начальных классах дает возможность заложить основы информационной грамотности. Использование цифровых образовательных ресурсов на уроке – это своего рода инновация. К любому школьному предмету, за редким исключением, можно применить компьютерные технологии. Это позволяет проводить уроки более интересно, получать лучшие результаты, чем при использованные обычных методов обучения [2].

Государство разрабатывает проекты, способствующие популяризации более современных методов приобретения знаний. Развитие цифрового образования заметнее всего идет в столице. Всего в столичных школах работает около 160 тысяч компьютеров, за последнее время почти в каждом классе появились интерактивные доски. Проект «Московская электронная школа» направлен на создание единой высокотехнологичной образовательной среды в московских школах. Помимо доступа к электронным образовательным материалам и наличия



вышеупомянутого электронного дневника, «Московская электронная школа» предлагает ряд уникальных функций, например, информирование о предстоящих школьных событиях и мероприятиях на сайте или в мобильном приложении.

Количество информации в открытом доступе в наше время невозможно измерить. Знания поступают из различных интернет-ресурсов. В будущем школьники определенно не будут ограничиваться в обучении одними лишь учебниками. Новые технологии прямо влияют на составление учебных программ. Дети уже сейчас используют различные гаджеты в образовательных учреждениях. В современную систему образования нужно безоговорочно внедрять digital-инструменты как минимум для того, чтобы дети, начиная с младшей школы, шагали в ногу со временем.

Рассматривая сферу высшего образования, мы можем тоже с уверенностью отметить внедрение digital-инструментов, например использование в учебном процессе сторонних программ, таких как Zoom, Microsoft Teams и других платформ, позволяющих проводить занятия онлайн. Данные площадки дают участникам возможность осуществлять непрерывный образовательный процесс, обмениваясь со всеми членами собрания различного рода контентом – демонстрировать видеозаписи, обмениваться фото и др.

Остается открытым вопрос мотивации студентов в режиме обучения онлайн, для чего необходимо взаимодействовать с молодежью посредством хорошо знакомых им инструментов – различных игр, квизов, викторин и др. Например, такие ресурсы как Mentimeter позволяют не только разрабатывать презентации, но и создавать интерактивные викторины (Quiz). Платформа предлагает вносить вопросы в готовые формы по категориям: американская история, страны мира, флаги мира, химия, музыка, фильмы и др. [3].

Совсем недавно возникло новое понятие, которое называется педагогический дизайн (Instructional design, ID) – выстраивание учебного процесса с учетом потребностей обучающихся. На начальном этапе необходимо определить для себя цели обучения целевой аудитории, ее ожидания, цели и задачи самого процесса обучения. На основе полученных данных необходимо правильно структурировать учебные материалы. Затем необходимо определиться со средствами и методами учебной работы, проработать дизайн, стиль самого курса, оформить тесты и задания, загрузить их в электронную образовательную систему – личный кабинет обучающегося, например. После этого нужно сформировать КРІ (ключевые показатели эффективности) результатов обучения. В

завершении необходимо разработать предложения и рекомендации для дальнейшего совершенствования учебного процесса.

Безусловно, каждый вид digital-инструментов по-своему интересен и выбор той или иной технологии зависит от конкретного случая. Необходимо четко понимать в какой сфере ведется взаимодействие с целевой аудиторией – для школьников и студентов необходим совершенно разный подход к обучению. Ошибочно полагать, что только от желания самого обучающегося зависит успешность образовательного процесса, важно мотивировать и заинтересовывать учащихся, чтобы им было интересно учиться и возникло стремление получать новую информацию, вовлекаясь в сам процесс обучения.

**Список использованных источников:**

1. Гордеева Е.В., Мурадян Ш.Г., Жажоян А.С. Цифровизация в образовании / Экономика и бизнес: теория и практика, журнал [Электронный ресурс] / elibrary.ru. – 2021. – №4-1. – С. 112-115. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45765291> (дата обращения: 24.11.2021).

2. Воробьева И.А., Жукова А.В., Минакова К.А. Плюсы и минусы цифровизации в образовании / Международный научно-исследовательский журнал [Электронный ресурс] / elibrary.ru. – 2021. – №1-4. – С. 110-118. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44635621> (дата обращения: 24.11.2021).

3. Quiz Your Audience During Presentations [Электронный ресурс] / mentimeter.com. – Режим доступа: <https://www.mentimeter.com/features/quiz-presentations> (дата обращения: 24.11.2021).

**©Штельц Н.В., Аржанова К.А., 2021**

**УДК 740**

**«РАССУЖДЕНИЕ О НАУКАХ И ИСКУССТВАХ»  
ЖАН-ЖАКА РУССО – ЗЕРКАЛО XXI ВЕКА**

Шурыгина Е.С., Коржановская Л.Г.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Философские разговоры, поиск всеми любимого смысла бытия, проведение всевозможных исторических параллелей прошлого и настоящего, моделирование будущего – вся эта проблематика актуальна для любого цивилизованного «исторического отрезка», потому что истина одна: человеческая натура, человеческое «я» вне времени, меняются лишь

декорации, но не люди. Люди остаются прежними – люди остаются зависимыми. Но «нет ничего хуже тюрьмы с дверями, открытыми нараспашку» [1].

Главная цель данной работы показать и доказать унифицированность, безликость «просвещенного» человеческого «я», перманентное нивелирование свободы и идентичности индивида в условиях научного прогресса, вне зависимости от эпохи. В качестве «фундамента», точки опоры, которая обнажит главную «болезнь» людей – «конвейерность» общества, я взяла научный труд Жан-Жака Руссо «Рассуждение о науках и искусствах» [2], где автор отвечает на один единственный вопрос: «Способствовало ли возрождение наук и искусств улучшению нравов?». Забегая вперёд, отмечу, что ответ на выше поставленный вопрос философ дал отрицательный. Ваш когнитивный диссонанс и отрицание вполне естественны. Но почему, на мой взгляд, мнение Жан-Жака Руссо абсолютно справедливо, постараюсь пояснить посредством анализа ниже.

Итак, в своей работе французский философ говорит, что вместе с учтивостью и просвещением люди приобрели дар стирать своё «я» и снабжать это невероятной лестью, несравненно учтивой. Руссо жил в 18 веке, но это высказывание актуально и по сей день.

Для аргументации приведу вам слова одного русского видеоблогера, Ильи Левянт, который в 2013 году переехал из Самары в США. Он живёт в Америке уже на протяжении 8 лет и ведёт свой YouTube канал Go Hello, где рассказывает об особенностях американской жизни. Один из роликов он посвятил пяти недостаткам американцев. Первый и главный недостаток американцев, по мнению Ильи, – это лицемерие. Возглавляет «лицемерПарад» знаменитая американская улыбка, за которой не стоит никаких настоящих чувств. Но справедливости ради, стоит отметить, что эту особенность стоит рассматривать не с позиции морального качества определенной нации, а в аспекте общепринятых американским обществом эскизов поведения, этикета, который диктует правила социальной игры. Однажды Дейл Карнеги в своём бестселлере «Как завоёвывать друзей и оказывать влияние на людей» посоветовал читателям чаще улыбаться. Американцы очень хорошо научились это делать, но не стоит доверять их улыбкам» [3].

Рассмотрим ещё одну вырезку из «Рассуждения...» Жан-Жака Руссо: «Науки, литература и искусства – менее деспотичные, но, быть может, более могущественные – обвивают гирляндами цветов оковывающие людей железные цепи, заглушают в них естественное чувство свободы, для которой они, казалось бы, рождены, заставляют их любить свое рабство и создают так называемые цивилизованные народы» [2].

XXI столетие – век научно-технического прогресса. С одной стороны, только плюсы, например, робототехника «разгружает» человека и является важнейшей технической основой развития производства; авиасообщение интегрирует людей и экономит время; «интернет паутина» позволяет добиться максимально быстрого информирования коммуникативной способности. А с другой? «К началу XXI в. Наблюдается тенденция мировой интеграции, следствием которой является формирование единой мировой культурно-цивилизационной системы, приобретающей тотальный характер. Культурная глобализация ведет к формированию общечеловеческого пространства с едиными нормами, стереотипами, шкалой ценностных ориентиров, правил и предписаний» [5].

По Руссо, покоряясь вечному унифицированному принуждению, люди, образуют не общество, а стадо, которое, будучи поставлено в одинаковые условия, совершает одинаковые поступки, если его от этого не удерживает более сильные побуждения.

Противоречием культурной глобализации оказывается проблема идентичности личности. Человек информационного общества начинает ощущать себя гражданином не только своего государства, но – всего мира, так как в новых условиях формируется наднациональная идентичность, индивид выходит за рамки локальной, национальной причастности. Приобщение к общечеловеческим ценностям способствует увеличению бесконфликтной адаптации (ассимиляции) людей в любой инородной среде» [5].

Жан-Жак Руссо говорил, что любой прогресс будь то научный или культурный всегда порождает в обществе определенные правила, которые способствуют воцарению в человеческих нравах «...пошлого и обманчивого однообразия, и, кажется, что все умы отлиты по одному образцу. Вежливость предъявляет бесконечные требования, приличия повелевают; люди постоянно следуют обычаю, а не собственному разуму».

Проведём параллель с информационным настоящим. В наши дни те самые правила поведения и мышления задаёт общая информационная сеть, она же и формирует культурное пространство, делая его, по сути, монополярным.

«Компьютерные, телекоммуникационные технологии делают более доступными для человека достижения цивилизации и нивелируют его мнимую свободу, все больше превращая его в инструмент информационной, политической, духовной экспансии» [6, с. 211].

Бич XXI века – информация – она оказывает манипулятивное воздействие на сознание человека, и, как отмечает Г. Маркузе и Н.Н.

Понарина [7, с 30], активно формирует модель однотипного планетарного мышления, поведения, существования.

Информационные технологии при этом выступают средством господства инструментального знания, технократического мышления. Культурной глобализации свойственны ценность информации, виртуальные связи, высокая профессиональная и социальная мобильность, ориентация на личностный успех, самореализацию, моральная и политическая свобода, приоритетность универсального над локальным (люди – члены мирового сообщества), универсальная языковая прагматика, избегание всякой идентичности, отказ от нравственных, этнокультурных обязательств.

Снова о зеркальности из «Рассуждения...»: «Прекратится национальная вражда, но исчезнет и любовь к родине». Любовь к Родине исчезает, как раз-таки в силу интеграционных процессов, которые способствуют ассимиляции не только целых культур, но и отдельно взятых личностных качеств индивидов.

«Полное принятие и приобщение к общечеловеческим установкам чревато регрессивными процессами. Адаптация к общечеловеческой культуре может привести к расшатыванию идентичности этноса, утрате индивидом ощущения сопричастности к собственной истории, традиции, народу» [8, с. 126].

Нарушение традиционной упорядоченности может привести к психическим проблемам: неуравновешенности, агрессивности, подавленности, чувству одиночества.

Тенденция мировой интеграции, её навязывание, отнюдь, не безобидное желание а-ля: «Давайте жить дружно!» – это социокультурная война. Как раз-таки она и уничтожает всё традиционное, всё «инакультурное», то есть идентичное, прикрываясь интеграцией культур, а на деле – это идеология «репрессивной толерантности» Запада.

Предположение Жан Жак Руссо, что наука, литература и искусство, возможно, более могущественны, чем право и закон – в наши дни подтверждается сполна. Оружием такой «социокультурной войны» становятся информационно-цифровые системы. В «армию» включены СМИ, искусство, Интернет, коммуникативные сети. В общем, происходит «обработка людей людьми».

В данном аспекте хочется прибегнуть к теме социокультурной агрессии, которая в своё время разрабатывалась ещё в рамках философии Франкфуртской школы Г. Маркузе, М. Хоркхаймер, Т. Адорно, а также деятелями так называемого западного марксизма –А. Грамши и Д. Лукачем [9, с. 445]. По мысли Грамши, тотальная власть без захвата «культурной власти» в принципе невозможна. В анализ сути захвата «культурной

власти» он вводит такие понятия, как «культурный диктат над населением», насаждение «культуры сверху» через средства массовой информации, образования и культурно-досугового обеспечения [10, с. 327]. Далее он подчёркивал, что целью культурной агрессии является террор по отношению к действующим ценностям, разрушение духовного национального сознания и утверждение в сознании людей ценностных ориентаций по меркам оппонировавшей стороны.

Цель такого вида агрессии – разрушение выработанного (традиционного) уклада жизни и форм взаимосвязи людей, вплоть до модификации религиозной жизни населения, как это осуществляется сегодня, например, на Украине. В критической теории философов Франкфуртской школы (культурологической в своём контенте), она, агрессия, связана с идеей лишения оппонента «...всякого духовного престижа путём постоянной разъедающей критики, сеющей сомнения, скептицизм, уничтожающей верования...» [11, с. 284].

А теперь объясним, как нарушение традиционной упорядоченности может быть взаимосвязано с ментальными расстройствами целых наций. Авторы «критической теории», подчёркивали, что социокультурная агрессия приводит к гражданской депрессии и «культурному пессимизму», переживанию отчаяния и осознанию чувства социального угнетения и отторжения от государства, доведённого до чуждости ему. Характерно, что всё это связывалось с предварительными условиями необходимости социального переустройства.

Опять же делаем отсылку к Руссо: национальной вражды нет, есть отчуждение от государства, соответственно, о какой любви к родине может быть речь.

Ну и последнее утверждение «Рассуждения...», которое мне хочется «отзеркалить» на XXI век – определение профессиональной ценности. Но оставлю его без комментариев, открытым – на обсуждение общественности.

#### **Список использованных источников:**

1. Книга «Поколение Справедливости» Ив Престон - 2017 ISBN (EAN): 9785170980345
2. Жан-Жак Руссо «Рассуждения о науках и искусствах»
3. Сверхлиберальные лицемеры: Русский в США о недостатках американцев | Наша страна (nasha-strana.info)
4. Толстоухов А. В. Глобальный социальный контекст в контуре эко-будущего // Вопросы философии. 2003. -№8. - С-49-63
5. Корытина М. А. Культурная глобализация: феномен, сущность, противоречия процесса // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия.

Психология. Педагогика. 2016. Т. 16, вып.4. С.381–387. DOI: 10.18500/1819-7671-2016-16-4-381-387

6. Рогова Е. Е. Одиночество в условиях современного общества: дис. ... д-ра филос. наук. Краснодар, 2012. 296 с.

7. Понарина Н. Н. Современный человек перед проблемами глобализации // Историческая и социально образовательная мысль. 2010. №4. С.29–30.

8. Кобытина М. А. Модернизация традиционной культуры Северной Осетии: основные аспекты : дис. ... канд. филос. наук. Ростов н/Д, 2010. 151 с.

9. Агапов П. В. Социальная агрессия: историко-социологический и методологический анализ: монография. Рязань : Наше время, 2006. 445 с.

10. Грамши А. Искусство и политика: [сборник : в 2 томах] / перевод Р. И. Хлодовского. Москва : Искусство, 1991.

11. Ремизов В. А. Социокультурные войны современного мира // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2021. № 2 (100). С. 46–53. <https://doi.org/10.24412/1997-0803-2021-2100-46-53>

©Шурыгина Е.С., Коржановская Л.Г., 2021

**УДК 1.101.9**

## **ДЕФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ ЦЕННОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

Моисеева В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Двадцать первый век – век инновационных технологий и идей. Прогресс, несомненно, произошёл. Появление смартфонов, компьютеров, беспроводных наушников, роботов, автомобилей, которые не заправляются, а заряжаются, и многого другого. Человеку прошлого столетия трудно представить такие изменения. Жизнь действительно упростили. Забыли только об одном: о существах, населяющих эту планету. Несмотря на то, что я человек, представляющий современное поколение, я с осуждением смотрю на происходящие вокруг изменения.

Пожилая женщина, которая доживает остаток своих дней совершенно одна, вышла в магазин за продуктами. Она очень медленно дошла до продуктового отдела, с трудом озвучивает необходимый товар, открывает кошелек, оплачивает, берет пакет, руки ее затряслись. Она

стремится поскорее выйти из магазина, но ноги не идут. Сзади стоящим молодым людям, приходится ждать, прежде чем купить то, что они запланировали. Разговор между ними имел такое содержание: «Зачем она вообще ходит по магазинам? Почему нельзя заказать доставку? Позвонила и жди, когда тебе привезут. А лучше вообще отправляла бы робота везде». Смех сопровождал эту беседу. Данная ситуация не вызвала у них желание помочь женщине. Взять пакет и донести до дома. А зачем? Для этого есть технологии, которые сделают все за тебя. А женщина как носила сама тяжёлые пакеты, так и носит. Из новых технологий у неё только телевизор и телефон, и то простенький. Кому же эти изменения сделали лучше? Инновации затуманили современному поколению все вокруг. Сочувствие, помощь, поддержка – исчезли. Я не хочу сказать, что все молодые люди именно такие, нет. Просто тех, которые сохранили чистый взгляд на мир, очень мало.

Жан Жак Руссо писал в своих трудах о том, что наука испортила человека. Согласиться с ним достаточно трудно, но, в какой-то степени, можно. Польза от науки, несомненно, есть. Не изучая научные труды, технологии не сделали бы шаг вперёд. Проблема в том, что мы не можем остановиться. Людям нужно все больше и лучше. С этим желанием и произошло появление зависти и злости. С каждым днём она увеличивается. Философ в эпоху Просвещения говорил о том, что наука опасна. В то время, когда о современных инновациях никто ещё не задумывался. Чтобы он написал в своих трудах в 2021 году? Наверное, он винил бы тех, кто стоял у истоков всего этого.

Очень часто я думаю над тем, что прочитала у Ж.Ж. Руссо. Заявлять «с высокой трибуны», что наука приносит только вред, нельзя. А лекарства, оборудования, которые помогают лечить людей, разве это вред? Это, конечно, польза. Задумываюсь о том, почему так много людей болеют. Отвечаю себе, что качество продуктов ухудшилось, заводы и фабрики, а также другие технологии приносят нам вред своими выбросами. Мы так торопились упростить себе жизнь, что забыли о вреде, который нам приносят все эти изобретения. Избавиться от этого мы уже не можем. Мы сначала «калечим» себя, а потом лечим. И это круговорот событий в современном мире. Люди, которые задумываются об этом, стараются принести в современный мир что-то полезное. Например, йога или правильное питание, здоровый образ жизни или изучение психологического состояния человека. Но тех, кто этому следует очень мало, к сожалению.

До того, как прочитать философские труды Ж.Ж. Руссо, я познакомилась с трактатом Паскаля «Мысли». Там достаточно большое количество глав, я прочитала главу третью «Величие человека». Философ



заявляет о том, что человек отличается от животного тем, что у него есть душа, то, что он может мыслить. Я, конечно, согласна с этим, но не полностью. Разве животные не думают, разве они лишены возможности чувствовать? Братья наши меньшие: собаки и кошки, они, бывают, ведут себя лучше, чем некоторые люди. Я не говорю о том, что это только в современном мире. Если данные труды написаны так давно, значит, в прошлом люди сталкивались со злом. Б. Паскаль писал: «Зло кому угодно даётся без труда, оно многолико, а вот у добра почти всегда один и тот же лик». Он прав, добро совершить очень трудно, а вот зло сиюминутно совершается. Вышеприведённый пример с пожилой женщиной доказывает, что легче постоять посмеяться, чем помочь человеку в трудную минуту. К сожалению, подобных историй очень много. Люди ищут во всем выгоду. Пропало уважение. Почему? Потому что люди сначала забывают о своем предназначении. Деньги, статус и еще раз деньги – вот, что движет нами. Мы готовы идти по головам, причинять вред другим. Не могу указать на то, что статус у человека появился с древних времен. Кто-то, кто был смелее, сильнее брался управлять остальными. Я думаю, что раньше просто люди были справедливые, положительные качества все-таки преобладали, уважение друг к другу присутствовало. А в современном мире, тот, кто пытается стать лучше остальных не имеет морали. В конце своего пути он одумывается, понимает, что он никому не нужен, что никто его не уважает. Б. Паскаль: «Даже владея обширными землями, крепким здоровьем, всеми насущными благами, он не знает довольства, если не окружен общим уважением». Хочется поделиться историей, которая касается меня, моего родственника. Когда он был молодым, он мечтал о большом заработке, о любимой женщине, воспитанных детях. Он окончил университет, дни и ночи пропадал на работе, чтобы как можно скорее начать исполнять свои мечты. Молодую девушку встретил на своем пути, взял ее в жены, она родила ему двоих детей. А он продолжал гнаться за деньгами. Он строил заводы, обеспечивал лучше всех свою семью. Многие завидовали ему. А теперь он понимает, что многое упустил. Упустил свою семью. Дети только и видели деньги, деньги, деньги. Им сейчас родители не нужны. С женой он живет, но идилии, которой хотелось бы, ее нет. Очень сложно сохранить все. Что он сейчас ждет – уважения. А его нет, потому что в свое время он не вкладывал этого в свою семью. Он не уважал их. Возможно, я отвлеклась от темы, но, отсутствие уважения – это, одна из глобальных проблем современного поколения.

Ж.Ж. Руссо: «Как приятно было бы жить среди нас, если бы внешний вид всегда был отражением душевных настроений, если бы благопристойность стала и добродетелью, если бы наши мудрые изречения служили для нас правилами, и, наконец, если бы истинная философия была

неразлучна со званием философа! Но редко встречается одновременно столько достоинств, и никогда добродетель не шествует в таком великолепном облачении». Только прочитала я этот отрывок, как в моей голове появилась мысль о социальных сетях. Количество людей, которые надевают на себя маски, увеличилось в сто, нет, в миллионы раз. Если во времена Руссо обличие не отражало души человека, то в современном мире доверять людям стало намного сложнее. Настолько сильно произошла деформация, что ради «хайпа» люди готовы на все. На камеру они помогают людям, верны своей семье, проповедуют добро, благо и счастье. Съемка заканчивается и начинается настоящая жизнь. В которой живут они с нелюбимыми, врут и обманывают, что такое счастье уже давно забыли. Ценности счастливой жизни изменились, а лучше сказать – исчезли. А все остальные смотрят на это и стремятся так жить. Когда понимают, что этого не получается, совершают такие поступки, после которых жизнь не жизнь.

Мы пришли на этот свет, чтобы жить, радоваться и любить, но, проснувшись зависть и злость изменила все на этой земле. И с каждым днем становится только хуже. Произойдет ли деформация в лучшую сторону? У нас ведь все для этого есть, нам просто необходимо вспомнить, зачем мы здесь.

**Список использованных источников:**

1. Электронная книга «Мысли», автор Блез Паскаль, 1658 год.  
<https://librebook.me/pensees>
2. Руссо Жан-Жак. Рассуждение о науках и искусствах //Руссо Ж.-Ж. Избр. сочинения в 3 т. Т 1. М., Гос. издательство худ. литературы, 1961. С. 41-64

**©Моисеева В., 2021**

**УДК 165.74**

**ИДЕЯ ГУМАНИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

Хамидуллина Е.Р.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Гуманизм – демократическая, этическая жизненная позиция, утверждающая, что человеческие существа имеют права и обязанности определять смысл и форму своей жизни. Гуманизм призывает к построению более гуманного общества посредством этики, основанной на человеческих и других естественных ценностях, в духе разума и

свободного поиска, за счёт использования человеческих способностей. Гуманизм не теистичен и не принимает «сверхъестественное» видение реального мира [1].

Как мировоззрение гуманизм превозносит человека как высшую ценность бытия, утверждая его права на свободу и развитие, проявление собственных интересов и счастье. Гуманизмом были пронизаны философские идеи таких известных личностей, как Сократ, Аристотель, Конфуций и др. еще во времена Античности и Древнего востока. Но значительные обороты он набрал в эпоху Возрождения, заложив основы для дальнейшего развития науки, искусства, политики, экономики и общественной мысли.

Согласно И. Канту: «Максима благоволения (практическое человеколюбие) – долг всех людей друг перед другом (не важно, считают их достойными любви или нет) согласно этическому закону совершенства: люби ближнего своего как самого себя» [2, с. 391]. Наивысшей ценностью по этике Канта выступает именно человек, все поступки которого должны быть ориентированы на общее благо. При выборе своего поведения человек прежде всего должен руководствоваться общечеловеческими правилами, являющимися для него безусловным повелением и получившим свое воплощение в категорическом императиве, подчеркивает философ.

Как таковой современный гуманизм появился в XV-XVI веках в эпоху Возрождения, в тот период, когда Европу всколыхнуло общественное движение против духовного деспотизма церкви. Изначально оно охватило Италию, а затем перекинулось на близлежащие страны: Германию, Францию, Голландию и Англию. Гуманисты объявили человека венцом мироздания, духовно свободной от оков личностью, отрекаясь от идеи посвящения земной жизни искуплению грехов. Они стали утверждать право человека на счастливое земное существование и естественное стремление к удовольствиям, наслаждениям и нравственному самосовершенствованию.

Но что же такое гуманизм в реалиях современности? Это в первую очередь система, основными блоками которой являются антропологические, философские, психологические, юридические, экологические и педагогические знания.

По словам современных российских гуманистов, «Гуманизм – это бережное отношение к человеку. Это сочувственное и уважительное отношение к человеку как таковому, независимо от его отличий от других, например, от принадлежности к тем или иным социальным группам. Гуманизм – это проект человеческого общежития, в котором общечеловеческие ценности должны оставаться безусловно

приоритетными, а все прочие – быть уважаемым частным делом каждого. Что такое «общечеловеческие ценности»? – Это, очевидно, жизнь и соответственно стремление к полноте жизни, счастью; это все потребности здорового человеческого естества, определяемые необходимостью поддержания и продолжения жизни в потомстве; это и «жизнеспереживающее» требование добрососедства, для которого, уж точно, «худой мир лучше доброй ссоры»; это и неразрывная с представлением о полноте разумной жизни свобода личности, – свобода личности мыслить по-своему и ее свобода чем-то обладать» [3].

Согласно современным взглядам на гуманизм, человеческая жизнь бесценна, ее необходимо защищать и оберегать, особенно это необходимо тем, кто слабее: детям, женщинам и инвалидам. Придерживаясь данной позиции, педагоги, например, утверждают, что в каждом ребенке есть позитивное ядро, которому просто нужна помощь для развития. Считается, что человек появляется на свет изначально свободным, и именно эта свобода – абсолютная самоценность. Гуманисты выступают против навязывания детям того или иного мировоззрения, считая, что ребенок сам должен определять свой путь. Одной из высших жизненных ценностей считается комфортная, свободная, внутренне гармоничная жизнь, вариант «счастливого детства» для взрослого человека.

В таком случае, если наша жизнь – и вправду удивительный и уникальный шанс, то, очевидно, нужно приложить все усилия, чтобы она была полна смысла и радости, чтобы она была наполнена творчеством и свободой.

Таким образом, одна из основных задач современного гуманизма – научить человека достойно жить в своем собственном внутреннем мире, в сложном и запутанном мире себе подобных, в социальных реалиях, в мире природы, бытия и небытия, известного и неизвестного.

Так гуманизм принимают и практикуют многие люди, тем самым превращая его в программу социальных преобразований, в моральную силу, в широкое и международное культурное движение.

В теории гуманист – это прежде всего доброжелательный, сознательный и ответственный человек, человек разумный и справедливый. Это личность, которая поставила свою человечность превыше всего и решила не просто оценить хорошее в себе, но и принять определенные обязательства перед самой собой.

Среди требований, который современный гуманизм предъявляет человеку, различают: личностные (экзистенциальные или смысло-жизненные); нравственные; гражданские или правовые; эстетические; интеллектуальные; экологические.

К первым относятся требования жить здоровой и осмысленной жизнью, ко вторым – соблюдать общепринятые нормы морали, к третьим – следовать правовым нормам, прежде всего зафиксированным в правовых и законодательных актах, к четвертым – воспитывать эстетический вкус, умение отличать прекрасное от безобразного, к пятым – развивать и возвращать ценности разума, познания, критического мышления, к шестым – соблюдать экологическую этику, направленную на сохранение и оздоровление окружающей среды.

С момента зарождения духу гуманизма было присуще уважение к разуму, познавательным, нравственным и гражданским добродетелям. Поэтому он придает большое значение идее просвещения и самообразования. Это позволяет рассматривать гуманизм как систему знания, психологию и концепцию воспитания.

Но несмотря на массу положительных аспектов, развитие идей современного гуманизма породило серьезные проблемы во многих сферах жизни.

В юриспруденции, например, возвышение ценности жизни обернулось тем, что законопослушный гражданин не может предпринять жесткие меры в адрес преступника, напавшего на него. То есть фактически добропорядочный человек бесповоротно превратился в жертву перед преступностью. Или инвалиды, которые осознали себя как угнетенное меньшинство, стали протестовать против пренатальной диагностики, которая позволяла женщинам аборттировать будущих инвалидов. И это далеко не единственные подобные примеры.

Исходя из этого, возникает некий парадокс, что чем больше гуманизм встает на защиту слабых, больных и обездоленных, тем больше этих слабых и обездоленных появляется.

Эта проблема с каждым годом становится все больше экономической. Взять, например, обеспечение детских и домов престарелых. Поддерживать благоприятные условия людей, оставшихся без крова или попечения семьи в современности более чем возможно, но платить за это все равно приходится обычным работоспособным гражданам. Соответственно растут налоги, растет недовольство населения, увеличивается процент эмиграции, но самое главное, люди начинают думать, что быть больным, незащищенным и одиноким – норма.

По словам французского философа А. Рено, современный кризис гуманизма связан не с ложной самой по себе идеей гуманизма, а с отклонением его от автономии в сторону индивидуализма. И это неминуемо привело к принципу «заботы о себе», к замкнутому на себе, своих потребностях человеку-монаде [4].

Если говорить кратко, современный гуманизм защищает права меньшинств в ущерб интересам большинства. В этой связи, с одной стороны общества разрастается активная критика вплоть до утверждений о крушении, катастрофе, смерти гуманизма. Но, с другой стороны, люди не утратили веры в истинные гуманистические ценности и идеалы, считая, что потенциал гуманизма еще не исчерпан.

Гуманизм как социально-культурное явление, безусловно, имеет все права на жизнь и процветание, но сегодняшнее направление его развития, похоже, нуждается в серьезных корректировках.

**Список использованных источников:**

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://humanists.international/> (дата обращения 20.11.2021).
2. Кант И. Критика практического разума // Соч. в 6 т. М.: Наука, 1965. Т. 4. Ч. 2. 478 с.
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://alkruglov.narod.ru/humanism.html> (дата обращения: 21.11.2021).
4. Рено А. Эра индивида. К истории субъективности / А. Рено. - СПб.: «Владимир Даль», 2002. - 473 с.

©Хамидуллина Е.Р., 2021

**УДК 141.319.8**

**ПРОБЛЕМА ЛИЧНОСТНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ФИЛОСОФИИ**

Бабакина С.Д., Коржановская Л.Г.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В настоящее время проблема личностной идентичности занимает особое место в философских дискуссиях. Как правило, это относится к глобальным изменениям, связанными с цифровой революцией, которая оказала сильное влияние на образ жизни, самооценку и коммуникационную сеть социальных связей человека. Личность в таком обществе «децентрализована», размножена и непрерывно изменяется, она вовлечена в непрерывный процесс одновременного становления многих идентичностей. Индивид ощущает, что его собственное «Я» становится все более искусственным, разорванным, несфокусированным, подчиненным внешним факторам и обстоятельствам.

С точки зрения нынешней ситуации особое значение имеет изучение проблемы личной идентичности, ее происхождения и основных этапов ее решения. Эволюция постановки этой проблемы происходила в

направлении перехода от субстанциональной концепции идентификации личности, свойственной классической философии, к коммуникативно-диалогическому подходу к ее осмыслению.

Классическая субстанциональная концепция личности имеет давнюю философскую традицию, связанную с античностью и, прежде всего, с именем Платона. Платон видит человека в аспекте его корреляции с вечным миром идей и сущностей, из которого исходит душа и к которому она устремляется. Человек по своим основным качествам подчинен миру идей, и его подлинное бытие предстает как нечто вневременное, по ту сторону всякого мимолетного и исторического развития, в объективности своего всеобщего существования. Цель человеческой жизни состоит в приближении к высшей идее Блага, что свидетельствует о приоритете ценностно-всеобщего начала по отношению к индивидуально-неповторимой личности. Хотя понятие отдельной конкретной личности у Платона полностью не исключается, оно остается на заднем плане в сравнении с безличным миром идей и высшим Благом.

Понятие Аристотеля несколько отличается от положения Платона тем, что помимо всеобщей сущности человека признается единичная, индивидуальная субстанция. Но на самом деле суть заключается в некотором смещении акцента, а не в существенном различии между концепциями античных мыслителей, так как всеобщее проявляется у Аристотеля индивидуально, оно не теряет своего решающего влияния.

Хотя философские течения, такие как софистика, скептицизм и эпикуреизм содержали некоторые предпосылки для появления концепции индивидуальности, она не могла в полной мере раскрыться в античные времена. В этом аспекте значение христианства заключалось в обнаружении неповторимого и историчного начала в человеке, и принципиально чуждая античному миру историчность личности впервые проявляется в христианской философии, хотя здесь она выступает в контексте религиозного учения.

Личное понимание Бога, личностная любовь, индивидуальное бессмертие, искупление и спасение – все это элементы, противоречащие понятиям античности. Однако в настоящее время опровержение античности христианством не состоялось, поскольку и здесь человек имеет субстанциональную сущностную духовную природу, которая не подвержена изменениям во времени, возвышает его над низшими ступенями бытия и связывает с Богом, к которому он должен стремиться.

Уже в философии Возрождения индивидуум впервые достигает в истинном смысле автономного осознания себя, собственного «я». Эта тенденция становится еще более выраженной в Новое время. Основной идеей концептуализации проблемы личностной идентичности в этот

период является перенос акцента на феномен самосознания субъекта или рефлексивного подхода к себе. В учении Декарта эта проблема интерпретируется как субстанциальность, и наиболее полное отражение выражено в немецком трансцендентализме и особенно в «философии тождества» Шеллинга. В этой традиции идентичность как тождество структур «чистого мышления», или «чистого я» представляла как независимо данная, самоочевидная в непосредственности познающего сознания.

В этом отношении диссонансом выступала философия Гегеля, где понятие личности рассматривается в аспекте признания универсальных норм, имеющих обязательный характер, выражающийся в знаменитом принципе, который гласит: «Будь лицом и уважай других в качестве лиц». И. Кант выделяет три основных аспекта личностной идентичности: психологический (способность осознавать тождество самому себе в различных изменяющихся состояниях сознания), трансцендентальный (единство субъекта познавательных актов, достижимое в трансцендентальной апперцепции, сознании «Я») и моральном (способность поступать по законам собственного разума).

С постклассической точки зрения основы личной идентичности лежат в интерсубъективном диалогическом пространстве и коммуникативном опыте. Переломным моментом стал «лингвистический поворот» современной философии, в результате которого понятие личности и реконструкция условий личного существования стали понимать с помощью средств философии языка. Создание нового типа философской рефлексии, основанного на коммуникации, которые становятся основными понятиями в поисках новых оснований личностной идентичности, продолжалось на протяжении всего XX века. Этот тип рефлексии при всех его модификациях исходит из того, что «я» не является онтологической, субстанциональной данностью и что основы личностной идентичности можно понять только в аспекте межличностных отношений. Коммуникативно-диалоговый подход проявляется в персонализации, экзистенциализме, феноменологии и других направлениях современной философии.

Проблема личностной идентичности, ее целостности приобретает особое значение в современном мире, в условиях господства технократических ценностей, манипулирования человеческого сознания при помощи цифровых технологий, охватывающих все сферы человеческого существования. Новейшие электронные средства создают специфические формы интерактивности, в которых общение между людьми заменяется отношениями между образами и символами, в результате чего виртуализируется также и сама эгоидентичность. С



погружением в Интернет существенные изменения претерпевает сам субъект коммуникации, способный к виртуальному самоконструированию посредством воображения, и здесь возникает возможность экспериментирования с собственной идентичностью. Возрастающая роль медиа-коммуникации в формировании не только социального, но и личного пространства требует философского понимания этого явления и порождает необходимость новых концептуальных подходов к его изучению.

**Список использованных источников:**

1. Ашхамахов. К. И. Коллапс смысла понятий «Индивид», «Индивидуальность» и «Личность» в философии и психологии, 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kollaps-smysla-ponyatiy-individ-individualnost-i-lichnost-v-filosofii-i-psihologii>

2. Кецкало Н.М. Эволюция проблемы личности в истории философской мысли, 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-problemy-lichnosti-v-istorii-filosofskoy-mysli>

3. Проблема личности в философии 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rmmk05.ru/wp-content/uploads/2020/05/Lektsiya-16.-Problema-lichnosti-v-filosofii.pdf>

©Бабакина С.Д., Коржановская Л.Г., 2021

**УДК 22.32**

**ОПЫТ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ: PRO ET CONTRA**

Семёнова Д.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Поволжский государственный  
технологический университет», Йошкар-Ола*

В декабре 2019 года впервые была зафиксирована вспышка эпидемии Covid-19, а уже спустя год общество столкнулось с проблемой онлайн-образования. Она стала играть одну из важных ролей во всех аспектах образования. Актуальность, поднятой на рассмотрение темы, состоит в том, что при отсутствии альтернативных путей решения проблемы образования в период всеобщей изоляции, единственным выходом для системы образования, как школьной, так и вузовской форм стало дистанционное обучение. Дистанционное обучение относится к инновационным образовательным технологиям и входит в Федеральную целевую программу развития образования РФ. Дистанционные

образовательные технологии, принятые на современном этапе, должны были открыть перспективы для повышения качества знаний и решить социальные проблемы, связанные с применением нового учебного формата. Целью дистанционного обучения являлось предоставление возможности получения качественного образования любого уровня, независимо от условий жизни общества. Анализ ситуации в образовании, литературы по данной теме, показал наличие различных мнений о пользе и вреде онлайн-образования дистанционного формата.

На различия в качестве удаленного образования от очного указал Валерий Фальков, министр науки и высшего образования РФ [4]. По проведенным в апреле 2020 года, исследованиям Общероссийского Народного фронта, более 80% граждан были недовольны качеством обучения дистанционного формата. Также многие эксперты в области образования, перечислили ряд негативных последствий внедрения «нового формата обучения». Звучали и такие медицинские высказывания, как ослабление физического и психологического здоровья обучающихся, спад успеваемости, а также специфичное формирование личности обучающегося: студентов высших учебных заведений и учеников начальных и средних школ. В ряд возникших в данной ситуации проблем, встала и проблема нехватки информационных ресурсов, отсутствие во многих семьях средств, позволяющих поддерживать онлайн-коммуникацию с преподавателями. Таким образом, в целях обезопасить общество, ограждая их непосредственное свободное передвижение, на государство легла вина в нехватке необходимого цифрового оборудования. Психологи обнаружили угрозы психологическому состоянию обучающихся. Общественность и, частично, наука, отметили, что система дистанционного образования показала лишь худшие результаты.

Система дистанционного обучения включает в себя ряд огромных плюсов, с точки зрения критериев оценки личностных черт человека, таких как самостоятельность, самоорганизованность, самодисциплина, и тяги к реализации личностного потенциала. На наш взгляд, в этой технологии больше пользы, чем вреда. И первый масштабный опыт следует внимательно изучить для совершенствования этих эффективных технологий. В процессе дистанционного обучения освоение материала происходит самостоятельно, что добавляет гибкости обучаемому. К этому можно отнести отсутствие затрат времени передвижения до места обучения, а также проблему финансовой составляющей. Целесообразное распределение времени, отведенного на изучение дисциплины и отдых. Возможность неограниченного пользования электронными библиотеками дает возможность полного и достоверного изучения материала, что на наш

взгляд, является важнейшим аспектом для получения успеха в самообразовании.

Для российского образования, на наш взгляд, практика применения дистанционного формата обучения оказалась не действенной настолько, насколько от нее ожидалось, так как отсутствовала материальная готовность к онлайн-обучению. В отличие от многих других развитых стран, где дистанционное обучение давно применяется как дополнительное средство обучения, показатели уровня образования и освоение материала не только не уступают, но превосходят результаты традиционных форм обучения. Например, согласно исследованиям американских ученых, успехи американских студентов в сфере дистанционного образования, обосновываются таким важным аспектом, как самостоятельный выбор дисциплин для изучения. Отсюда и желание обучаться при любых условиях, и интерес к знаниям, а «интерес, как известно, всегда обостряет ум». Система российского образования сделала печальные для себя выводы.

Остается также много вопросов к совершенной безграмотности взрослого поколения в цифровой сфере общения и обучения. Множество проблем, возникших в результате их неспособности качественно преподнести знания в онлайн-формате для доступности обучающихся. Неумение пользоваться цифровыми технологиями, приостановило сферу преподавания, так как им самим требовалось много времени для такого механизма, как установление программы, создание личного кабинета, регистрации в образовательных курсах и тому подобное. Очевидно, что всё это отнимало время, отведенное на час образовательной программы, оттуда их же личная халатность к проведению занятий, а соответственно и физическая неспособность изучить материал к сроку. Немало важно, сделать акцент на цифровом неравенстве, к сожалению, преобладающем в некоторых регионах России, а также сельских населенных пунктах, где полностью отсутствуют информационно-коммуникационные технологии. Например, на севере Карелии в поселке Панозеро, из-за отсутствия интернет-связи, дети приносили свои тетради с выполненным домашним заданием в местный магазин. Учителя и преподаватели приходили в выходные дни в дом к каждому ученику и оставляли задания на десять дней вперед, в случае вопросов, связывались по домашнему телефону [1].

Таким образом, подводя итог первого опыта дистанционного формата обучения, с которым столкнулась наша система образования, а также учитывая ее привычные традиционные пути обучения, и слабая подготовленность к переходу на цифровой формат, наша система образования в целом была не готова к каким-либо переменам и поэтому оставляет желать лучшего. Опыт, полученный за год дистанционного

обучения, в будущем должен послужить поводом для усиления работы в сфере цифровой и компьютерной обучаемости, не только школьников и студентов, а в первую очередь весь состав преподавателей. Только высококвалифицированные и первоклассные специалисты в состоянии обучить поколение, и без того разбирающееся в цифровой модели. И, несомненно, следует сделать акцент на необходимости каждой семьи и каждого студента или школьника иметь возможность доступного обеспечения техническими средствами, для дальнейшей комфортной и удобной среды обучения. И, если общество не в состоянии обеспечить себя этими условиями, то государство обязано об этом позаботиться. И только тогда, когда будет полная техническая обеспеченность, образованные и грамотно разбирающиеся в виртуальных основах преподаватели, а также интерес обучающихся к выбранной ими же специализации, и дисциплинам, тогда перед нашим обществом не будут вставать вопросы о вреде и пользе дистанционного образования, и не будут рассматриваться проблемы онлайн-обучения.

**Список использованных источников:**

1. Балашова Ю. В. Особенности личностного развития студентов при дневном и дистанционном обучении // Среднее профессиональное образование. - 2009. - N 6. - С. 74-75.

2. Бочков В. Е. Учебно-методический комплекс как основа и элемент обеспечения качества дистанционного образования // Качество. Инновации. Образование. – 2004. - N 1. - С. 53-61.

3. Ольнев А. С. Использование новых технологий в дистанционном обучении // Актуальные проблемы современной науки. - 2011. - N 1. - С. 96.

4. Фальков В.Н. Глава Минобрнауки призвал совершенствовать дистанционное образование // Российская газета. – 2020. – 28 декабря [Электронный ресурс].URL: <https://rg.ru/2020/12/28/valeij-falkov-distancionnoe-obuchenie-v-celom-huzhe-ochnogo.html> (дата обращения: 20.03.2021).

©Семёнова Д.Н., 2021

УДК 791.43/.45

## ВЛИЯНИЕ МЕДИАПРОСТРАНСТВА НА РАЗВИТИЕ СЕРИАЛОВ КОММЕРЧЕСКОГО ТИПА

Абушенко А.И.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В век современных технологий кинематограф стал культурной составляющей жизни каждого человека, формирующей взгляды и убеждения. Целью абсолютно любого медиапродукта является привлечение внимания зрителя и удержание его интереса к продукту на длительный срок. С развитием информационных технологий возникает больше тонкостей в создании кино и сериалов, без знания которых невозможно создать действительно качественный коммерческий проект мирового уровня и построить успешную карьеру. Благодаря данному исследованию будут выявлены факторы, влияющие на коммерческие сериалы нашего времени, определено значение медиапространства в индустрии кинопроизводства, проанализирован принцип работы бизнес-стратегий, используемых при создании кинокартин мировых платформ, а также рассмотрены технические составляющие сериалов разных культур.

Медиапространство – это отдельное информационное окружение в социальном пространстве, в котором люди и сообщества объединяются в группы, чтобы наладить каналы массовой коммуникации. С развитием информационных технологий, начало своё существование цифровое медиапространство. Оно отличается тем, что данная система средств массовой коммуникации в основном существует в электронном пространстве сети интернет, т.е. совокупность медиапространств, но в электронном виде. СМИ на основе предлагаемого контента как объединяет группы людей, так и наоборот, разделяет по предпочтениям. В представлении многих это способ контроля, но стоит упомянуть, что полного контроля не может быть вовсе, поскольку для системы противоположным образом характерна некая свобода и спонтанность.

Проведенный в работе анализ позволил выявить следующие положительные черты медиапространства: влияние; быстрый способ массового информирования населения; возможность выбора контента (почти каждый человек может найти наиболее интересный или необходимый контент); всеобщая доступность (по статистике на январь 2021 года количество интернет-пользователей по всему миру составляет около 60% от населения планеты); объединение людей.

Однако, существуют и некоторые минусы, характерные для медиапространства: прессинг и мониторинг; информационный шум; отсутствие цензуры; необъективная оценка контента – отсутствие фильтрации информации; общедоступность информации.

При исследовании медиа как фактора развития производства коммерческого кино и сериалов также были отмечены его плюсы и минусы. К положительным аспектам можно отнести, во-первых, влияние общества на репутацию съёмочной группы. Во-вторых, активное использование маркетингового инструментария – позволяет анализировать интересы и желания широкой аудитории к выпускаемым кинопроектам, а затем активно воздействовать на медиарынке путём рекламного и информативного рода деятельности на основе потребностей и спроса аудитории, т.е. разработка стратегии и рекламной кампании. Основная задача – продвижение аудио-визуального материала и получение прибыли от реализации кинофильма.

В-третьих, наличие возможности признания лучшей кинокартины. Ежегодная церемония вручения престижных премий за лучшие кинопроекты – это признание заслуг и вклада в искусство кино, что привлекает внимание общественности к остальным работам съёмочной группы.

В-четвертых, возможность использования таргетинга, что максимизирует внимание узкого круга аудитории к проекту, тем самым повышая лояльность зрителей.

В-пятых, следует учесть, что активность аудитории привлекает коммерческие контракты и рекламные проекты – активность целевой аудитории в социальных сетях даёт брендам дополнительный процент доверия к создателям медиаконтента как к личностям.

В-шестых, есть возможность создания успешного бизнес-проекта без лишних затрат.

В-седьмых, существует активная поддержка проектов партнёрами и коллегами.

Нами также сформулированы и отрицательные стороны данного понятия:

1. Влияние общественности на репутацию съёмочной группы, например, обвинения Джонни Деппа в домашнем насилии вызвало волну массового возмущения, киностудии разорвали контракт с актером. Все компании и бренды, сотрудничающие с Деппом, были подвержены массовой критике, что поставило под сомнение уже их репутацию.

2. Влияние на репутацию медиапродукта. Сервисы и компании выставляют рейтинг медиапродукта на основе статистики отзывов и рецензий зрителей и критиков.

3. Антиреклама, к которой можно отнести признание худшей кинокартины. Ежегодное вручение премии «Golden raspberry» подтверждается отзывами зрителей и критиков, отрицательно влияя на репутацию съёмочной группы. Главное – привлечение внимания общественности к самой премии, проектам и т.д., поскольку антиреклама иногда срабатывает обратным образом, из-за чего аудитория совершает общественный резонанс, порой играющий роль дополнительной рекламы для организаторов и участников.

4. Плагиат идеи и однотипность контента.

Стоит отметить, что коммерческие медиапродукты созданы с целью привлечения внимания общественности (массового успеха), получения прибыли, формирования единой аудитории. Как правило, коммерческая кинопродукция не обходится без финансирования.

Основными катализаторами развития культуры сериалов коммерческого типа является внедрение новых технологий и влияние стриминговых сервисов. Всего несколько десятилетий назад посмотреть сериалы можно было только по телевизору или в кинотеатре, однако, в ходе развития технологий, людям стала важна оперативность и свобода выбора контента от предпочтений, вследствие чего вскоре онлайн-платформы заслужили статус «телевидения четвертого поколения».

Стоит упомянуть, что ранее люди не доверяли подобным сервисам, но со временем, платформы усовершенствовали систему и технологии, предоставив возможности, которых до этого не существовало: предоставление платных подписок разного рода; подключение нескольких устройств, а также аккаунтов к единой подписке; бесплатный пробный период; выбор контента; отсутствие рекламы; раздел рекомендаций, опирающийся на предпочтения клиента; просмотр оффлайн – скачивание материала в работающий оффлайн раздел сервиса; функция пропуска заставки и титров; скорость воспроизведения видео; просмотр с последнего стоп-кадра; наличие субтитров; раздел с отзывами и рецензиями; информация о выбранном контенте, его сюжете и съёмочной команде; поиск контента по ключевым словам. Все вышеперечисленное позволяет потребителю экономить на главном – на времени.

Для поддержания коммуникации с аудиторией, платформы зачастую создают свои официальные профили в социальных сетях. Если раньше данные платформы специализировались на выкупе авторских прав на использование контента в коммерческих целях, то с развитием технологий и медиапространства, стриминговые сервисы стали не только выкупать авторские права, но и занялись собственным продакшеном по производству сериалов. Начиная с запада, это стало полноценным бизнесом, регулярно развивающимся и создающим конкуренцию. После

проработки продакшена, сериалы выпускаются уже под неким брендом, аудитория которого заранее знает, какое качество можно ожидать от картины, поскольку у каждого бренда есть свой стиль съемки, проработка сценариев и репутация.

Стоит отметить, что сервисы запускают таргет-компанию, анализирующую просмотренные фильмы и сериалы пользователей, а в дальнейшем выдвигают рекламу с проектами наиболее заинтересовавших зрителя актёров, франшизы и т.д. Сейчас стриминговые сервисы отличаются от онлайн-кинотеатра наличием эксклюзивного контента, творческим подходом к оформлению приложения и наличием соревновательного элемента в выкупе авторских прав. Разберём детали коммерческого медиаконтента, выпускаемого стриминговыми сервисами различных культур мира. Для наглядности исследования стоит противопоставить и сравнить одни из самых популярных платформ – Netflix и Fox TV.

Netflix – американский стриминговый сервис, основанный 29 августа 1997 года в Калифорнии. Основная специализация бренда направлена на производство американизированного контента, поскольку Netflix имеет голливудский подход к созданию кинопроизводства. Однако, вскоре медиакорпорация стала использовать несколько иную бизнес-стратегию, т.е. она опирается на вкусовые блоки аудитории, кардинально отличающихся по культуре контента стран, что привело к успеху проектов по всему миру. Основные отличия Netflix от др. компаний – узнаваемый дизайн (красно-чёрное сочетание цветов), стремительное развитие, финансирование огромных средств в продакшн, доступность. Данная платформа разработала собственную отличительную успешную бизнес-стратегию для производства контента:

1) она запускает производство сериалов сразу сезоном, в отличие от других сервисов, где сначала выпускают пилотные серии, а затем решают судьбу проекта;

2) выкупает перспективные проекты после выхода первого сезона;

3) индивидуальность, т.е. Netflix не продаёт свои права мировым корпорациям ради масштабирования проектов на других ресурсах, а делает доступным свой ресурс по всему миру

4) вместо рекламы на сервисе, бренды присутствуют в кадре сериалов, но данная модель спонсируется редко зачастую дело в соответствии идее.

5) персонажи прорабатываются по принципу «соответствие-различие», т.е. целью проекта является привлечение зрителей, узнающих себя в качестве главного героя, либо в выборе совершенно противоположной большинству модели персонажа.



Особенность сериалов платформы – постоянное нагнетание событий, интрига.

Разберём на примере сериала «You», права на который компания выкупила после фурора первого сезона. Данный сериал снят в жанре триллер, но находится на грани между триллером и хоррором. В нём раскрывается история менеджера книжного магазина по имени Джо, который по своей натуре оказывается человеком с неустойчивой психикой, впадающим в крайности из-за одержимости другим человеком. Проект получил общественное одобрение благодаря многогранности событий сюжета и постоянно напряженной и интригующей атмосфере, чего удалось достичь за счёт детальной проработки персонажей. К примеру, в главном герое совмещаются противоречащие качества личности – ум, хитрость, милосердие и жестокость, сталкерство, нетерпимость, из-за чего зрителю сложно однозначно отнести к герою, потому что он не сходит с ума в привычном понимании, а поступает жестоко с другими ради своих «близких», оправдывая поступки заботой, но также искренне помогает людям, которых считает схожими с собой. Повествование ведётся от первого лица, зрители буквально слышат мысли героя и его комментарии к своим действиям. Сюжет основан на постоянной интриге непредсказуемости поступков героя и в вопросе, поймают ли убийцу.

После выкупа авторских прав Netflix, визуальные составляющие сериала крайне изменились:

- 1) стиль съемки – повествование от первого лица уходит на задний план, зритель больше наблюдает со стороны;
- 2) цветокоррекция – преобладает больше желто-зелёных и серых оттенков, что создаёт ощущение стороннего давления и неопределенности;
- 3) детали характера персонажа – главный герой пытается измениться и убежать от жестокого прошлого;

Основной концепцией построения сюжета от Netflix является – «сколько не беги, от прошлого не убежишь».

Главным конкурентом в борьбе за европейскую аудиторию является американская телевизионная сеть Fox Networks group, которая создает онлайн-каналы разных жанров, в странах Европы, Азии, Африки и Латинской Америки. Компания Fox открыла свой стриминговый сервис и онлайн-кинотеатр, благодаря чему на данный момент Fox tv – одна из ведущих сетей бесплатного вещания в Турции. Компания с каждым годом выпускает больше контента, соответствующего европейскому формату съемки.

Рассмотрим наиболее нашумевший сериал производства Fox «Постучись в мою дверь», жанр: мелодрама, комедия.

В данной работе Fox отошли от традиционного турецкого стиля съемки, у компании получился крайне проработанный коммерческий проект, достойный внимания. Из турецкого в сериале присутствует большинство саундтреков и традиционное построение сюжета по: любовной линии с постоянными преградами и тяготами судьбы; линии трудных взаимоотношений с родителями; поиск себя и развитие карьеры.

В сериале намного меньше киноляпов, чем в некоторых коммерческих проектах конкурентов, у него есть свой стиль – кадры переполнены яркими красками и образами, за счёт чего вышла по-настоящему живая картинка, где герои максимально приближены к настоящей жизни. В основном, в кадрах присутствует боке, что делает картинку более глянцевой, а в роли перебивок (сокращения хода времени происходящих событий или перехода к другой сюжетной линии), выбраны эстетичные пейзажи Стамбула. Сериал переполнен детальными планами, создающими акценты на новую сюжетную завязку, т.е. это своеобразная подсказка зрителю о приближении новых событий. К примеру, сотрудник компании должен был передать письмо начальству, но оставил его на столе и забыл, что привело к последствиям в виде срыва важного архитектурного проекта. В серии периодически будет мелькать важное письмо, мимо которого все проходят или оно оказывается в руках конкурента.

Следует отметить, сходством сериалов от Netflix и Fox является сюжетная актуальность темы избегания прошлого, которое всё равно настигает героев. Также обе платформы оставляют оригинальную звуковую дорожку и накладывают на неё озвученный перевод (многоголосый перевод). Различия в съемке заключаются в американизированном контенте. Цветокоррекция соответствует обстановке и настроению персонажа, а в европейском формате герой может погружаться в тяжелое моральное состояние, но атмосфера вокруг оказывается противоположной, т.е. преобладают насыщенные оттенки в цветокоррекции. Музыкальное сопровождение в европейском формате зачастую представляет культуру стран, но в американизированном – акцент делается на соответствие обстановке, из-за чего в картине зачастую могут присутствовать и русские исполнители.

Таким образом, с помощью проведённого исследования, удалось выяснить, что с приходом современных технологий и социальных сетей стало легче продвинуть даже не столь качественный медиапродукт благодаря обладанию грамотными знаниями и практикой в инструментах производства коммерческих проектов, т.е. таргетинг, маркетинг и тому подобное. Было проанализировано влияние медиапространства на формирование и развитие бизнеса визуального контента. В ходе

исследования установлены главные факторы производства успешных коммерческих сериалов – индивидуальность, продуманность и многогранность персонажей, проработанность сценария, а также работа с аудиторией в социальных сетях. Однако, стоит учитывать тот факт, что со временем медиаиндустрия постоянно развивается, из-за чего формируется всё больше бизнес-стратегий в производстве сериалов коммерческого типа.

**Список использованных источников:**

1. Шарков, Ф. И. Правовые основы коммуникации. В рекламе, связях с общественностью, журналистике. Учебное пособие / Ф.И. Шарков, В.И. Захарова. – М.: Проспект, 2017. – 224 с.
2. Плониш, В. Ю. Теория и практика массовой информации / В.Ю. Плониш. – М.: ИВЭСЭП, 2019. – 168 с.
3. Козлова, М. М. Средства массовой информации. Исторический аспект / М.М. Козлова. – М.: ИВЭСЭП, Знание, 2019. – 120 с.
4. Stephen Rowley. Movie Towns and Sitcom Suburbs: Building Hollywood's Ideal Communities New York, 2015. – 112 p.
5. Jenner M. Netflix and the Re-invention of Television, 2018. – 158 p.

©Абушенко А.И., 2021

**УДК 070: 316.772.5, 070:792.01**

**РАБОТА ТВОРЧЕСКОГО КОЛЛЕКТИВА  
В РАЗЛИЧНЫХ ФОРМАТАХ КУЛЬТУРНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Аверин М.М., Пенто А.Г.

Научный руководитель Губанова Г.И.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Культурная журналистика в современном мире переживает не самые простые времена своего развития. Одной из проблем журналистики является рост технических возможностей, требующих освоения, и одновременно рост требований со стороны аудитории.

Так как продукт культурной журналистики рождается усилиями творческого коллектива, то особенности коллективной деятельности в условиях растущих технических возможностей требуют детального исследования, выявления закономерностей, функций, форматов, жанров.

В рамках данной статьи мы поставили перед собой задачу определить особенности работы членов творческого коллектива в

производстве качественных конвергентных продуктов культурной журналистики с позиции редактора, продюсера и оператора.

Основная задача культурной журналистики – производить информацию о культуре, что априори предполагает продукт высокого качества, способного удовлетворить потребности зрелого, образованного зрителя и воспитать вкус юного поколения. Горюнова Н.Л., говоря о художественно-выразительных средствах экрана, делает акцент на том, что «знание изобразительных возможностей экрана, его художественно-выразительных средств позволит обеспечить необходимый уровень экранной культуры и создавать на телевизионном экране произведения искусства, а информационные, публицистические, также, как и трансляционные передачи, вывести на новый виток визуальной образности» [1, с. 1] – это важно для понимания сущности компетенции редактора медиагруппы.

Ключевым элементом в современном творческом коллективе является редактор. Лазукова К.О. и Попова Т.В., рассматривая особенности работы редактора в современных СМИ, пишут, что «если раньше редактора традиционно воспринимали как специалиста, занимающегося преимущественно редактированием, с развитием новой информационно-коммуникационной среды классический спектр функций редактора и, соответственно, его профессиональный образ подвергся трансформации используя сложное переплетение функций и обязанностей, не входивших ранее в область его базовых компетенций, редактор стремительно осваивает новые роли – журналиста и менеджера» [2, с. 192].

Не менее важную задачу в творческой группе несёт продюсер. Суминова Т.Н., исследуя сущность и специфику такого социокультурного феномена как продюсер, пишет: «Продюсер – есть уникальная, целостная личность, синтезирующая в себе различные потенциалы (креативный, менеджерский, личностный)» [3, с. 94]. Задачи продюсера весьма обширны: организация съёмочного процесса, подготовка съёмки, договорённости с носителями информации; очень широкие полномочия. Продюсер, подчас, решает взаимоисключающие задачи, находит компромиссы в противоречиях, оперативно принимая организационные и творческие решения.

Нельзя забывать и важной роли оператора. Как утверждает в своей статье Хидирова К. С. – «в постоянно развивающемся искусстве все возрастает роль оператора – сотворца сценариста и режиссера, интерпретатора и соучастника их творческого замысла. Средствами зрительной пластики – светом, движением, колоритом – оператор создает на экране пластический образ, аккумулирующий и эмоциональный и философский ряды, некий целостный, своеобразный мир со своими

героями, средой, неповторимую атмосферу, настроение, то есть то, что и делает фильм произведением искусства» [4, с. 18].

Эмпирическая часть исследования, для апробации выводов, проводилась в проекте медиакомпании «Galix» в рамках сотрудничества творческого коллектива съемочной группы и труппы московского Театра музыки и поэзии под руководством Елены Антоновны Камбуровой, в формате культурной журналистики. Сутью проекта было информационное освещение премьеры уникальной театральной постановки – камерного мюзикла «24 часа из жизни женщины» по одноименной новелле австрийского драматурга Стефана Цвейга. Сюжет, созданный в 1927 г., несмотря на приближающийся вековой юбилей, не утратил актуальности и в наши дни. Благодаря композитору Сергею Дрезнину, прозаическое произведение, вновь заиграло всей палитрой эмоций в ореоле оправы лирического мюзикла. Постановка и сценическая концепция – молодого драматического режиссера из Театра им. Вахтангова Гульназ Балпеисовой.

Перед съемочной группой была поставлена сложная задача – попасть в созвучие происходящего на сцене, запечатлеть тончайшие штрихи театрального искусства, чтобы филигранно передать телезрителю живое ощущение аромата присутствия на спектакле. Видео-анонс, за минимально отведенное время должен максимально овладеть вниманием зрителя – своеобразный манок, пробуждающий интерес и ориентирующий искушенного потребителя в современном многообразии зрелищных мероприятий. Чем выше уровень качества культурного продукта, тем изысканнее следует подходить к созданию информационного материала. Синхронизация творческого потенциала, служителей театрального искусства и творческого коллектива в сфере культурной журналистики, выражается в перспективном росте уровня эстетического восприятия искусства в обществе. Воспитывая вкус и повышая культурную образованность, посредством качественного телевизионного продукта, зрителя сегодняшнего, мы обретаем интеллектуальную аудиторию будущего, и тем самым обеспечиваем стабильное развитие и культурного уровня масс-медиа.

Безусловно, при создании видео-анонса мероприятия такого уровня, должна быть четко определена целевая аудитория, предпочтения которой и станут доминантой в составлении структуры информационного материала. Общий стиль анонса не должен диссонировать с образом театрального действия, а поскольку спектакль музыкальный, то и задача, поставленная перед творческим коллективом съемочной группы, требует принятия решений и на уровне музыкальной журналистики, в том числе. Медиапродукт такого рода – это сложносоставной симбиоз звука, слова, интонации, визуального ряда, информационного наполнения

сопроводительного текста, подбор цветовой гаммы, дизайна оформления и прочих составляющих нюансов, которые в совокупности позволяют создать необходимую атмосферу заинтересованности и очарования. Происходит вовлечение аудитории в процесс восприятия многогранного искусства.

Помимо четкого формирования структуры и плана работы, не менее важно правильное распределение обязанностей в творческом коллективе. Сочетание индивидуального потенциала каждого в группе, способность работать в команде, коммуникативные особенности, художественные наклонности – в своей совокупности позволяют в максимально плодотворно использовать ресурсы участников проекта, быстро и качественно решать поставленные задачи и в конечном итоге – синтезировать уникальный медиапродукт культурной журналистики. Успешная реализация культурных проектов творческим коллективом зависит от готовности команды к принятию креативных решений, саморазвитию, поиску нестандартных взглядов на обычные вещи, умение абстрагироваться от навязываемых современностью штампов и пошлости.

Необходимый художественный уровень призвана обеспечить креативная деятельность редактора, который возможен благодаря созданию художественного и визуального формата проекта медиапродукта в процессе монтажа. Для этого, редактор проекта в медиагруппе обязан руководить разработкой режиссёрского сценария и руководить процессом создания медиапродукта. В профессиональные трудовые функции входит, в том числе, обобщение и внедрение передового отечественного и зарубежного опыта создания медиапродуктов, обеспечение правильной трактовки создателями медиапродукта авторского замысла, для чего редактор медиагруппы обязан уметь оценивать основные тенденции в развитии сетевого вещания и телерадиовещания, планирование и обеспечение выполнения комплекса работ по подготовке создания медиапродуктов.

Для успешного создания видео-анонса требуется серьёзная работа оператора под управлением редактора. Основными средствами художественной выразительности на этом этапе являются крупности планов, ракурсы (точки съёмки), цветовые характеристики изображения (поскольку партитура света в постановке весьма изменчива), а также движение в кадре. Все эти параметры изображения обеспечивают эффективность создания качественного видео и помогают зрителю ориентироваться в экранном пространстве, создавая иллюзию присутствия.

Второй частью нашей работы стала подготовка шоу-интервью, для освещения спектакля как события в рамках культурной медиа-журналистики.

Видеоинтервью – один из самых популярных видов видеоконтента на сегодняшний день. Классическое шоу-интервью соединяет приемы журналистики и сценические приемы. Каждый из участников ток-шоу одновременно является персонажем заданной ему редактором. Чтобы создать диалог или полилог, журналисту помогает главный вид журналистского творчества – метод интервью. Без него интервью невозможно.

Основная задача продюсера здесь – обеспечить съёмочной группе условия для съёмок фильма, создать ей условия для успешной работы. Роль главного оператора на данной стадии – подготовка многокамерной съемки таким образом, чтобы это соответствовало видению редактора. Многокамерность необходима, так как данный формат сам по себе довольно статичен, смена ракурсов – единственный вариант сделать картинку более динамичной.

Участие в коллективной деятельности опытных сотрудников наряду с молодежью усиливало результативность работы. Накопленные знания и высокий профессионализм в тандеме с молодой кипящей энергией, несомненно, способны создать тот высококачественный информационный продукт, способный вывести культурную журналистику на уровень интеллектуальной востребованности в современном мире.

Поэтому одной из черт для коллективного творчества можно назвать сочетание опыта и свежих подходов, которые способна внести молодежь.

Кроме того, взаимодополняемость различных профессий и функций, при организации съёмочного процесса, является залогом создания качественного журналистского материала. Таким образом, основываясь на результате инновационной деятельности продюсера и оператора под управлением редактора, можно утверждать, что инновационный подход в подготовке медийного продукта очень эффективен и способен решать самые разные задачи.

Исследование позволяет сделать вывод о том, что особенность творческой работы журналистского коллектива можно охарактеризовать как взаимозависимость участников творческого коллектива на пути к созданию целостного журналистского продукта.

#### **Список использованных источников:**

1. Горюнова Н.Л. Художественно-выразительные средства экрана. Учебное пособие. - М.: Издание ИПКрТВиРВ, 1995. – 41 с.
2. Лазукова К.О., Попова Т.В. Специфика работы редактора в Интернет-СМИ. - Екб.: УГТУ-УПИ, 2008. – 190-202 с.
3. Суминова Т.Н. Продюсер: сущность и специфика социокультурного феномена. Ж-л Вестник МГУКИ. Москва, 2009. – 92-98 с.

4. Хидирова К. С. Изобразительные и выразительные средства кинофотоискусства. Scientific-methodical Journal Oriental Art and Culture. ISSN 2181-063X. с 14-18

©Аверин М.М., Пенто А.Г., 2021

УДК 17.00.03

## ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ В КИНОПРОИЗВОДСТВЕ

Акрамова Д.Р., Дашкевич И.П.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Съемка кино, сериалов – это очень важный, многосторонний процесс, который помимо актеров, операторов и режиссеров задействует множество людей разных профессий. На съемочной площадке все должно быть продумано до мелочей, в частности: правила безопасности при съемке как в закрытых помещениях, так и в натуре. Кинематограф не относится к числу опасных производств, но во время съемочного процесса часто можно встретиться с реальной опасностью, причем многие ее виды характерны именно для киноиндустрии.

Обязательным условием безопасности съемок является точное соблюдение норм пожарной, электро-, химической безопасности. Кроме того, должны быть учтены специфические условия того места, где проводятся съемки. Вопросами безопасности занимаются специалисты разных направленностей. За площадку и процесс в целом несет ответственность руководство съемочной группы и инженеры по охране труда, которые периодически проводят инструктажи и ведут журнал по технике безопасности. В постановочном цеху за безопасность несут ответственность дольщики и кранмейстеры, в трюковой группе – постановщик трюков, в оружейно-пиротехническом цеху – супервайзер, пиротехники, оружейники. Не менее важными и ответственными людьми, которые всегда присутствуют на площадке, являются врачи, водители и охранники.

Авторы учебника «Мастерство продюсера кино и телевидения» пишут о том, что для проведения съемок необходимо уведомить различные органы и инстанции о факте их проведения и согласовать с ними места и правила проведения съёмочного процесса: «Заранее, перед началом съемок, администрация съемочной группы должна установить необходимые в зависимости от содержания и характера съемок контакты с представителями местных органов исполнительной власти, Ростехнадзора,



Роспотребнадзора, ветеринарного надзора, ГИБДД, органов внутренних дел, военного командования, отделений МЧС, медицинских учреждений. Это необходимо для решения как оперативных производственных вопросов, так и обеспечения охраны труда при строительстве кинодекорационных объектов. Если киносъемки намечены в интерьерах предприятий и организаций, необходимо получить письменное разрешение у администрации объекта» [1].

К обязательным правилам безопасности относятся наличие средств пожаротушения, запасных выходов, заземление используемого электрооборудования, прокладка и изоляция кабелей. Перед началом съемок все оборудование проверяется на предмет работоспособности, степени изношенности, соответствия правилам и нормам его использования. Важно заранее определить места для киносъемочного оборудования и осветительной техники, установить маршруты движения людей из съемочной бригады, причем как на самой съемочной площадке, так и за ее пределами. Место съемок ограждается, чтобы туда не попали посторонние люди.

Безопаснее и комфортнее снимать в павильонах киностудии или в других закрытых помещениях, которые подходят под задачи своим интерьером. В таких съемочных условиях необходимо сделать следующее: обеспечить бесперебойную подачу электроэнергии, проверить работоспособность систем вентиляции и кондиционирования, убедиться в прочности и устойчивости декораций, проверить систему пожаротушения и запасные выходы. Съемки на природе проходят сложнее, и соответственно они более требовательны в плане соблюдения необходимых мер техники безопасности. Административная группа обязана предоставить место для проживания и необходимое питание для артистов и съемочной команды, транспорт, электроэнергию на съемочной площадке, позаботиться об организации охраны. Если съемки ведутся в холодное время, то перевозить съемочную группу разрешается только в закрытых машинах, а также участникам должны быть предоставлены теплая одежда, обувь и место для обогрева. На площадке всегда должен находиться медицинский персонал с аптечками. Если в съемках задействованы животные, то на объекте должен присутствовать ветврач.

При организации работы на съемочной площадке особое внимание необходимо уделить безопасной эксплуатации киноосветительной аппаратуры. Соединительные электрические кабели должны располагаться так, чтобы их нельзя было повредить. Лампы, прожекторы и другое осветительное оборудование ставится отдельно и закрепляется на специальных подставках или стойках. Для предотвращения опрокидывания такие конструкции дополнительно укрепляются мешками

с песком. Если работа проводится в сырых местах, в дождливую погоду или с использованием по ходу съемок воды, аппаратура должна быть защищена от влаги. Специалисты по обслуживанию должны работать в диэлектрических перчатках и обуви. Если для съемок используются передвижные электростанции, подключать киноосветительную аппаратуру имеют право только специалисты, обслуживающие эти агрегаты. При интерьерных съемках для питания киноосветительных приборов чаще всего используется местная электросеть. Подключать к ней аппаратуру может только работник энергохозяйства данного объекта, у которого имеется квалификация по электробезопасности не ниже третьей группы.

Если съемка проводится с различных видов транспортных средств, то там должны применяться специальные устройства для крепления аппаратуры и размещения участников киносъемки, обеспечивающие безопасность труда (предохранительные пояса, страхующие канаты, ограждения и т.д.). Такие киносъемки могут проводиться только после инструктажа и под наблюдением соответствующих специалистов.

Все объекты, которые представляют опасность для людей, должны быть ограждены специальной яркой лентой, обладающей светоотражающими полосами для того, чтобы она была заметна с разного расстояния и в любую погоду и время суток. Среди таких объектов можно выделить края обрывов, ямы, части полуразрушенных зданий, места, где может произойти обсыпание потолка (в частности, пещеры), неустойчивые поверхности (песок, рыхлая земля или снежный покров), водоемы и т.д.

Не меньшую угрозу несет и выполнение различных трюковых сцен. К их организации следует подходить очень ответственно. В целях безопасности службы, которые занимаются охраной труда, предварительно утверждают специальный режиссерский сценарий, тщательно подбираются профессиональные исполнители для трюков, детально разрабатываются трюковые сцены, а также способы и приемы их безопасного выполнения. Ответственность за безопасность во время съемок помимо постановщика трюков несет руководитель съемочной группы, режиссер-постановщик и оператор-постановщик. Непосредственная съемка трюковых сцен начинается только после тщательной проверки страховочных средств и приспособлений.

Особые правила техники безопасности нужно соблюдать при использовании пиротехники и оружия на съемочной площадке. Средства, используемые для этих целей, должны быть легальны и разрешены к применению. Работать с оружием или пиротехническим оборудованием могут только специалисты. «До начала съемок размечаются места взрывов, определяются габариты воронки для закладки взрывчатых веществ, отмечаются границы безопасной зоны, определяются меры, направленные

на защиту людей, съемочного и осветительного оборудования, осуществляется расстановка и маршруты передвижений участников съемки. Для съемок крупных батальных сцен специально разрабатывается план с указанием методов управления, сигнализации и связи, который доводится до сведения всех участников съемочного процесса. Существуют также нормы безопасности для съемок имитаций пожаров, поединков с применением различного холодного оружия, а также использования огнестрельного оружия» [2].

Иногда съемка проводится на берегах различных водоемов, в болотистых местах, если сценарий предполагает подобные локации. Организуя съемки в таких условиях, продюсеру необходимо обратиться к помощи местной спасательной службы, работники которой проведут проверку состояния и пригодности водоема. Работники спасательной службы несут постоянное дежурство на площадке. Они должны иметь необходимые средства для оказания помощи. Для соблюдения безопасности важно, чтобы все плавательные средства, используемые при съемках (понтон, плоты и т.д.), были исправны и соответствовали расчетной нагрузке. Если для съемки исполнителю необходимо находиться в воде или обливаться ей, то для этого нужно получить разрешение врача. Для артиста, не умеющего плавать, заранее нанимают тренера-инструктора. Когда же съемка ведется на общем и среднем планах, артистов следует заменять дублерами. Во время съемок на воде обязательно должно быть установлено дежурство медицинского персонала.

Артисты допускаются к съемкам, если температура воды будет не ниже +18°C. Если при этом температура окружающего воздуха + 18°C и ниже, администрация съемочной группы должна организовать обогрев исполнителей и предоставить им сухую одежду по окончании съемки каждого дубля. В некоторых случаях для съемки артистов в холодной воде применяют гидрокостюмы, надетые под основную одежду. Различные прыжки и падения в воду исполняются только специально подготовленными артистами или дублерами. Прыгать разрешается не в каждый водоем. Выбор подходящего места зависит от высоты прыжка и глубины водоема.

Для проведения киносъемок на льду необходимо заранее проверить толщину и состояние льда, получить заключение спасательной службы о пригодности этого места. При съемках льда с трещинами должны быть приняты дополнительные меры безопасности (использование страховочных поясов). Для исполнения опасных кадров должны привлекаться спортсмены-дублеры.

Повышенную осторожность необходимо проявлять при съемках сцен с животными, которые сами по себе могут являться источниками опасности для окружающих. Зверей для съемок берут из зоопарков, цирков, у частных лиц. Животные не допускаются к съемкам без наличия ветеринарного свидетельства. Для подготовки зверей администрация привлекает опытных специалистов-дрессировщиков, которые должны иметь документы, подтверждающие профессиональные навыки. Важным моментом является создание привычной обстановки, приучение зверей к условиям съемочной площадки. Во время съемок на площадке должен находиться ветеринарный врач.

На репетициях и съемках дрессировщик отвечает за безопасность работы съемочной группы. Часто кадры с дикими животными снимаются в манежной клетке, причем артистов в этом случае заменяют специалисты-дублеры или такие кадры снимают комбинированным способом. На съемочной площадке должно быть организовано дежурство ассистентов дрессировщика со средствами защиты от возможного нападения. Продюсер должен также обеспечить выполнение требований к содержанию и транспортировке животных и к оборудованию для них специальных помещений.

Правила техники безопасности на съемочной площадке необходимо соблюдать для того, чтобы максимально обезопасить съемочный процесс и сделать его комфортным для всех участников. Режиссеры признаются, что в приоритете часто оказывается именно съемка сцены, а не вопросы безопасности. Но ответственность за несчастные случаи всегда ложится на режиссера. Следовательно, вопрос изучения и разработки техники безопасности в сфере производства кино является актуальным, поскольку к безопасности людей нужно относиться ответственно и своевременно, чтобы снизить риск того, что что-то пойдет не так.

**Список использованных источников:**

1. Огурчиков П.К., Падейский В.В., Сидоренко В.И. Мастерство продюсера кино и телевидения. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – с. 530
2. Безопасность на съемочной площадке [Электронный ресурс]: «Киносклад» – 2020 – режим доступа: <https://kinosklad.ru/blog/bezopasnost-na-syomochnoj-ploshchadke/>

©Акрамова Д.Р., Дашкевич И.П., 2021

УДК 791.43/45 + 778.5

## КОМЕДИЙНЫЕ ПАРЫ ПЕРСОНАЖЕЙ В СОВРЕМЕННОМ КИНО

Акрамова Д.Р.

Научный руководитель Фукс Д.А.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В любых видах зрелищных искусств, будь то театральные спектакли, цирковые представления, фильмы, все персонажи взаимодействуют друг с другом. Между некоторыми из них можно выявить определенные схемы развития взаимоотношений, которые являются постоянным алгоритмом для сочетания именно этих типов персонажей.

Рассмотрим такое явление, как «комедийная пара». Источником юмора в подобном дуэте являются именно взаимоотношения или конфликт персонажей, а не их характеры по отдельности. Причем важно отметить, что комедийная пара встречается в совершенно разных по жанру произведениях, а юмор, рождающийся внутри пары, направлен на развлечение зрителя. Поэтому важно изучить эту тему, чтобы понимать, как функционируют подобные дуэты в кино. Результаты помогут в создании произведений, которые будут наиболее эффективно воздействовать на зрителя.

Наиболее типические образы, персонажи, сюжеты, в которых они действуют, сохраняются с течением времени и передаются из поколения в поколение. Здесь имеет место такое явление, как преемственность культуры. «Универсальные структуры разнообразных областей человеческой деятельности воплощены в культурной традиции. Культурная преемственность – это во многом именно процесс передачи ее наиболее ценных элементов. Основой механизма преемственности выступает феномен культурных универсалий, представляющих собой общие черты и формы, присущие всем культурам вне зависимости от временного контекста и социального устройства общества» [1].

Комедийные элементы в парах встречались в разное время. Можно вспомнить цирк и эстраду – там всегда присутствовала комедийная пара клоунов, причем в разных ее вариациях, например, оба смешные клоуны, которые даже выглядят практически одинаково, либо один из клоунов кажется более серьезным, а другой более глупым по сравнению с первым, следовательно и внешние данные у них совершенно разные. Последний вариант соотносится с традициями Комедии дель арте, в которой присутствовала пара слуг (дзанни), например, Бригелла и Арлекин или

Ковьелло и Пульчинелла, которые буквально коротко характеризовались как «умный и глупый слуга».

Внимание обращено именно к сфере кино по причине его наибольшей популярности в наше время, следовательно, актуальности этого вида зрелищного искусства. «Сегодня, в условиях смены культурной парадигмы с вербальной на экранную, кино как вид экранной культуры следует рассматривать в качестве актуального вида искусства, способного с наибольшей полнотой выразить существо культурного самосознания и психологии своего времени» [2].

Во множестве примеров из кинематографа мы можем обнаружить неравные взаимоотношения двух персонажей. Они имеют разные черты характера и темперамент и, в соответствии с этим, разные внешние данные. Один из героев более серьезный, благоразумный, а второй – смешной, глуповатый, наивный человек, который разбавляет дуэт юмором, живостью, простотой. Комедийный эффект достигается тем, что «правильный парень». несколько язвительно, саркастично относится к поведению второго персонажа, с непониманием реагирует на особенности этого «смешного человека», «комика».

Сочетание персонажей «трагик+комик» ярко представлен в комедии «Самолетом, поездом, машиной» (1987 г.). Главными героями являются Нил Пейдж и Дэл Гриффит (рис. 1).



Рисунок 1 – Стив Мартин и Джон Кэнди в роли Нила Пейджа и Дэла Гриффита

Фильм относится к жанру роуд-муви. Это фильм-путешествие, герои которого находятся в дороге. Внутри этого жанра существует множество кинокартин, в которых главными героями становятся именно пары, и зачастую эти персонажи поначалу не ладят между собой. Но, пройдя сквозь все приключения и препятствия бок о бок, они сближаются, становятся друзьями, напарниками.

У главных героев разные внешние данные, разные черты характера. На таком контрасте строится комедийная составляющая фильма. Дэл – простой парень, который смотрит на жизнь с оптимизмом, несмотря на все печальные события, которые произошли в его жизни. Нил же каждый раз саркастично, с непониманием реагирует на дурацкие поступки своего товарища.

Следующим хотелось бы отметить дуэт «два комика». При наблюдении за данной парой можно выделить не только взаимодействие между персонажами, но и реакцию окружающих на слова и поступки этого эксцентричного тандема. Такие персонажи будто вываливаются из повседневной, будничной жизни других героев. Они много дурачатся, но оба прекрасно гармонируют между собой, находятся на своей волне.

К этому виду относятся близнецы Фред и Джордж Уизли (рис. 2). из книг о Гарри Поттере, по которым сняли серию полнометражных фильмов. Данная киноэпопея завоевала сердца множества зрителей по всему миру, следовательно, имеет смысл разобрать детали этих фильмов и компоненты, которые сыграли свою роль на пути к успеху.



Рисунок 2 – Оливер и Джеймс Фелпс в роли Джорджа и Фреда Уизли

Их практически не отличить друг от друга как по внешним данным, так и по характеру. Они обаятельные весельчаки, отважные и умные, несмотря на свой образ «учеников-сорванцов». Их смысл жизни заключается в шутках и розыгрышах. Близнецы обладают сильной духовной связью. Фред и Джордж всегда держатся вместе, так как их сила – в единстве. Интересно наблюдать не только за их взаимодействием между собой, но и с другими персонажами, над которыми они не прочь подшутить. Более того, у пары наблюдается сильная родственная связь, которая объясняет настолько гармоничное взаимодействие персонажей между собой.

Принцип «вместе – сильнее» относится не только к предыдущей паре братьев, но и к дуэту «напарников». В этом варианте герои могут быть напарниками с самого начала, либо объединиться по стечению обстоятельств, и в этом случае их отношения будут налаживаться и крепнуть с течением всего фильма. Этот тандем присутствует в фильме «Майор Гром: Чумной Доктор» (2021 г.). Разбирать данную кинокартину наиболее интересно и актуально, поскольку это российский проект, который стал настоящим прорывом в сфере отечественного кинематографа и смог успешно выйти на зарубежный уровень. Напарниками в фильме являются Игорь Гром и Дима Дубин (рис. 3).



Рисунок 3 – Александр Сетейкин и Тихон Жизневский в роли Димы Дубина и Игоря Грома

Игорь Гром – майор полиции Санкт-Петербурга. Он всегда действует по-своему, но при этом качественно выполняет свою работу. Гром – волк-одиночка, который использует довольно клишированный для такого героя принцип «я работаю один». Он считает, что способен справиться со всем самостоятельно, и не хочет подвергать других опасности.

У Игоря Грома и Димы Дубина есть общая цель – им необходимо раскрыть преступление. Дубина приставили к Грому в качестве напарника. Гром не принимает такой помощи, всячески отталкивает свою «обузу». Однако совместная работа все же сближает их. Дима оказывается полезным, так как он умный и наблюдательный, из-за чего способен дать свежий взгляд на застрявший процесс расследования. К тому же, Дубин проявляет дружелюбность, эмоционально поддерживает Грома. С течением времени Игорь понимает, что любому человеку необходимы друзья, и не нужно отворачиваться от тех, кто к тебе тянется. Ведь именно вместе они смогли раскрыть дело и победить преступника.

Было выявлено, что взаимодействующие пары персонажей – это устойчивые сочетания, которые представлены в разнообразных жанрах кино. Комедийные дуэты присутствуют как в зарубежных, так и отечественных фильмах. Описанные выше примеры – это лишь малая часть того многообразия, что представлено в медиапространстве. Такая форма взаимодействия, как пара, является понятным зрителю шаблоном, который в каждом новом произведении раскрывается по-своему, становится уникальным, индивидуальным и оттого наиболее интересным. Это доказывает, что дальнейшее изучение необходимо, так как имеет огромный потенциал, а данная тема актуальна для современного мира, который заинтересован в создании наиболее качественного медиaproдукта.

#### **Список использованных источников:**

1. Губанова, Г. И. Вечные образы культуры как основа формирования имиджа и их творческая интерпретация / Г. И. Губанова, Е. С. Каринская // Всероссийская конференция молодых исследователей «Социальный инженер», Москва, 2018. С. 204-208



2. Гашева Н. Н. Современное российское кино: культурологический аспект // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств, Кемерово, 2012. С. 91

©Акрамова Д.Р., 2021

УДК 070

## ОСОБЕННОСТИ ПРИСУТСТВИЯ СМИ В МОБИЛЬНЫХ МЕССЕНДЖЕРАХ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Аксенова А.С.

Научный руководитель Сорокин Д.А.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

К глобальным медиа происходит постепенная потеря интереса. Всё больше людей уделяют внимание локальным новостным изданиям, блогам или каналам. Поэтому в погоне за рейтингами и охватами средствами массовой информации в лице обширных холдингов приходится адаптироваться и сегментировать новостной поток. По сути медиа переживают этап конвергенции. В рамках трансформации современные редакции производят контент одновременно для всех площадок, адресуя его под запросы аудитории той или иной социальной сети или мобильного мессенджера.

Основная цель данной работы – обратить особое внимание на быстрорастущие площадки для коммуникации, где присутствуют многие средства массовой информации. Рассмотреть их с точки зрения нового альтернативного новостного пространства.

Мобильные мессенджеры и социальные сети дают возможность создать тематические каналы или группы, которые могут полностью отразить интересы сетевой аудитории. Плюс ко всему социальные сети и мессенджеры позволяют преподносить информацию в более свободном ключе. Единственное, что остается в данной ситуации неизменным для СМИ – это объективная, правдивая и разносторонняя подача информации.

В современном мире постепенно исчезает черта между классическими (традиционными) средствами массовой информации и новыми медиа. Так как на сегодняшний день каждое уважающее себя издание, телеканал и даже радиостанция имеет собственный сайт, канал или группу в социальных сетях. Возникает вопрос. Означает ли это, что каждое СМИ можно приравнять к понятию Интернет-СМИ? Если опираться на терминологию – да. Но всё же стоит отметить, что в полном

понимании Интернет-СМИ – это то средство массовой информации, которое было изначально образовано в интернет-пространстве.

Появление Интернет-СМИ ознаменовало новый виток журналистской деятельности. Со временем люди всё реже стали пользоваться привычным телевизором, газетой или радио. Многие предпочли «роль» интернет-пользователя, которому интереснее проводить свой досуг за экраном своего гаджета. Люди из оффлайна перешли в онлайн. Это привело к тому, что весомая часть аудитории того или иного СМИ эмигрировала от осязаемых источников в виртуальное пространство (сайт). Данное изменение в конечном счете скорректировало структуру редакции. Появились новые специалисты, например, системный администратор, редактор сайта, smm-щик и т.д. Плюс ко всему журналисты стали уделять внимание не только качеству новостей, но и их оперативной подаче, наличию обратной связи, кликабельности, популярности сайта, группы или канала [1].

В настоящий момент времени общество использует в качестве источника информации социальные сети и мессенджеры. Обе платформы универсальны в использовании.

В общем смысле социальные сети – это онлайн-платформы для знакомств, общения и в принципе взаимодействия с другими людьми (пользователями) со схожими интересами и взглядами на жизнь. Также там можно поддерживать контакт с друзьями или знакомыми из оффлайн жизни.

Активное развитие социальных сетей значительно повлияло на статистику посещения сайтов Интернет-изданий. В своем исследовании Молчанова подчеркивает, что люди чаще прочих посещают такие платформы, как «ВКонтакте» (ежемесячно активных пользователей 38,2 миллиона из РФ), «Facebook» (ежемесячно активных пользователей 2,8 миллиарда), «Instagram» (ежемесячно активных пользователей 1,22 миллиарда) и «Telegram» (ежемесячно активных пользователей полмиллиарда) [2].

Популярность социальных сетей обусловлена тем, что, благодаря им пользователи могут намного быстрее получать актуальную информацию, касающуюся того или иного события и при этом не переходить на сторонний интернет-ресурс. Современный человек ценит каждую секунду своего времени, поэтому СМИ приходится адаптироваться. Выбирая между тем, чтобы пройти через массу ссылок, вкладок и ждать их загрузку или увидеть всю интересующую информацию в ленте новостей, человек выберет именно последнее.

Современный пользователь социальных сетей прежде всего ориентируется на универсальность и удобство. Если тот или иной ресурс не может ему этого предоставить, он, естественно, найдет другой.

Кроме социальных сетей, в последнее время люди стали уделять немало внимания приложениям для обмена мгновенными сообщениями и видео или, проще говоря, мессенджерам. И, как ни странно, в плане оперативной передачи и распространения информации, мессенджеры (особенно «Телеграм») выигрывают у социальных сетей (например, у VK). И на это влияет не столько работа и усилия редактора, сколько сам интерфейс пространства.

Разберем пример. Если опубликовать новость во «ВКонтакте», то она попадет в умную ленту потенциальной аудитории, где её могут увидеть, а могут и пропустить на фоне остальных информационных сообщений. А если публиковать новость в «Телеграме», то она попадет напрямую к читателю в телефон в виде личного сообщения. Таким образом, редактор (или smm-менеджер) сокращает путь от материала к читателю до одного шага [3].

Конечно, нельзя точно утверждать, что мессенджерами пользоваться удобнее, чем социальными сетями, ровно, как и наоборот. Это личный выбор каждого. Но, прежде чем начинать информировать аудиторию в Интернет-пространстве, нужно быть готовым к тому, что каждая социальная сеть и мессенджер определяет правила по размещению какого-либо контента. Например, везде запрещено публиковать материалы, где видна интимная плоть человека, также запрещены призывы к терроризму или дебошу, оскорбления и многое другое.

В социальных сетях и мессенджерах нечасто можно встретить длинные посты. Зачастую лонгриды предлагаются пользователям в виде ссылок на официальный сайт того или иного СМИ, где можно его прочитать. Регистрируясь на Интернет-площадках, средства массовой информации чаще всего заинтересовывают читателя интересным заголовками и подзаголовками. Подача информации зависит от тематики издания и решения редакции [4]. Но в основном СМИ придерживаются литературного стиля. Хотя в мессенджерах нередко можно встретить жаргонизмы и слова-паразиты. Разберем всё на примере. Проанализируем издание «Медуза» и новостной паблик «Мэш» на разных Интернет-платформах.

«Медуза» – латвийское интернет-издание, созданное бывшим главным редактором Lenta.ru Галиной Тимченко в 2014 году [5]. На сегодняшний день это одно из единственных СМИ, у которого получилось удачно адаптироваться на всех Интернет-площадках. Так, в «Телеграмм» «Медуза» обычно использует заниженную лексику. В их официальном

канале также можно найти мемы, смешные картинки и забавные видеозаписи, которые зачастую не несут глубокого смысла, касающегося информационной повестки. По сути, «Медуза» старается совмещать публицистику с развлекательным контентом. Таким образом издание пытается привлечь внимание не только взрослого поколения, но и молодого.

«Медуза» также умело использует SMM-технологии для продвижения своего контента. Проводит опросы, просит распространить информацию и всячески взаимодействует со своей аудиторией. В Instagram «Медуза» делает акцент на каких-то забавных происшествиях, публикует новости про котиков и т.п. На официальном же сайте издание в основном сосредотачивается на серьезной информационной повестке.

Mash – российское новостное Интернет-СМИ, основанное 6 апреля в 2017 году Никитой Могутиным [6]. На данный момент «Мэш» позиционирует себя, как Телеграмм-канал, хотя изначально это издание начинало во «ВКонтакте». Основная аудитория «Мэш» – люди среднего возраста, интересующиеся общественными новостями России. У издания интересный подход к поиску и публикации информации. Основную часть новостей им присылают их же читатели. В конечном счете «Мэш» остается отобрать самые яркие и релевантные, оформить их, а после опубликовать в официальном паблике, канале и на официальном сайте, который своим интерфейсом напоминает ленту сообщений в «Телеграмм».

Еще одна отличительная черта издания в манере подачи информации. В своих текстах «Мэш» на всех социальных Интернет-площадках позволяет себе субъективные высказывания авторов, грубые слова и иногда ненормативную лексику. О «Медузе» такого не скажешь, ровно, как и о любом серьезном новостном СМИ. Но, несмотря на это, «Мэш» до сих пор остается популярным, так как читатель ценит не журналистское мастерство, а остроу самих новостей. Издание ежедневно активно публикует в своем «Телеграмм» массу постов об общественных событиях в России. Новости не успевают «застояться», читатель ежечасно получает поток новой информации. За счет этого «Мэш» уже на протяжении 5 лет остается одним из популярных и цитируемых каналов в «Телеграмм».

Проанализировав два разнополярных, но рейтинговых СМИ, можно сделать определенный вывод, что в настоящий момент времени современным средствам массовой информации нужно как можно больше внимания уделять развитию контента в социальных сетях и мессенджерах, где сконцентрирована большая часть аудитории.

**Список использованных источников:**

1. Интернет: воздействие на личность: учебник Ю. Д. Бабаева, А. Е. Войскунский, О. В. Смыслова. – М.: Можайск-Терра, 2012
2. Молчанова, О. И. Специфика современных интернет-СМИ: проблемы, возможности, технологии, позиции. [Электронный ресурс] / О. И. Молчанова – Интернет-СМИ– М.
3. Интернет-журналистика: учебное пособие / С. Г. Машкова. – Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2006.
4. Интернет-журналистика: учебное пособие / Калмыков А.А., Коханова Л.А. – М.: изд-во Москва, 2018.
5. «Медуза» [Электронный ресурс] / Интернет-СМИ – Л.
6. «Мэш» [Электронный ресурс] / Интернет-СМИ – М.

©Аксенова А.С., 2021

**УДК 070**

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В РАБОТЕ ЖУРНАЛИСТА**

Андреев А.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В современном обществе, совершившем технологический прорыв в области компьютерных технологий, происходят масштабные изменения во всех сферах профессиональной деятельности, в том числе в области журналистики. Меняется культурная идентичность человека, общество делится на «цифровое» и «аналоговое» поколения. Причем часть людей в возрасте, далеких от технических достижений, за счет своей психологической мобильности переходят в разряд пользователей «цифровыми» возможностями.

В области журналистики влияние «цифровых» технологий на профессиональную деятельность повлекло за собой как положительные, так и отрицательные последствия. Закончилась эпоха монополии на информацию со стороны журналистов, когда оплата труда шла только за счет получения новых фактов обществом. С другой стороны это повлекло за собой облегчение труда корреспондентов, так как для получения новой информации стало возможным использовать первичные источники в интернете, преподнося материал несколько с другой стороны, или узнавать о будущих событиях и появиться в нужном месте и в нужное время. Но здесь есть опасность использования ложной информации

журналистами, что в дальнейшем может привести к различным негативным последствиям.

Каждый журналист обязан проверять источники информации, когда пишет материал. Не все занимаются этим досконально, но качество материала страдает лишь в редких случаях. В социальных сетях этим правилом пренебрегать нельзя. ВВС рекомендует авторам при работе с информацией, найденной на просторах различных социальных платформ, проверять следующие данные:

- реальность аккаунта, от которого была получена информация;
- местонахождение пользователя, который отправил информацию;
- акцент, с которым говорят люди на видео, которое журналист считает за источник;

- даты на фотографии, а также вероятность использования некоего фоторедактора;

- совпадает ли прогноз погоды с присланным медиафайлом;
- время съемки по вторичным данным: какой длины тени, где солнце;
- номера машин, домов, а также все остальное, что может дать дополнительную информацию о достоверности информации [1].

Журналисты в Facebook чаще пишут содержательные посты, по смыслу близкие к колонкам, а к этим постам оставляют не менее содержательные комментарии, поэтому Facebook необходимо читать, чтобы быть в курсе, кто с кем и о чем поспорил и как, например, завершился футбольный матч.

В Телеграм, например, многие журналисты создают свой собственный телеграм-канал, где автор может выкладывать как свое субъективное мнение, так и использовать его в качестве сводки новостей, а читатели могут комментировать данную запись.

Твитер можно использовать как репортаж с места событий в реальном времени. Так как журналисты постоянно выезжают на места событий или участвуют во всевозможных мероприятиях, то нет смысла ждать пока они скинут информацию по телефону или включатся в прямой эфир. Они могут писать твиты о том, что происходит. Читатели не всегда имеют возможность смотреть ТВ, слушать радио, читать сайт. Им проще получить информацию, просто зайдя в твитер.

Социальные сети, безусловно, упрощают работу журналиста, для которого предоставляют бесконечный банк данных и иногда заменяют традиционную записную книжку с контактами. Однако использование информации из соцмедиа скрывает и определенные риски. Распространение так называемых «фейковых» новостей стало тенденцией, которая во многом связана с соцсетями.

Журналист в социальных сетях должен подумать, действительно ли он хочет сказать об этом публично. Он должен задать себе вопрос – не навредит ли эта информация кому-нибудь? Журналист может влиять на других, поэтому ему следует быть крайне осторожным в высказываниях. Необходимо найти баланс между мнением в соцсетях и комментариями.

Социальные сети стали сопровождать и дублировать информационные потоки различных СМИ. У большинства информационных агентств есть свои группы или аккаунты в различных социальных сетях. Создавать сайты стало менее эффективно, так как они рассчитаны на постоянных клиентов, а социальные сети могут давать новых [2].

Многие журналисты используют стратегию создания личного бренда в социальных сетях. На первый взгляд, у этого тренда нет никакой цели, кроме как удовлетворения желания самого автора. Тем не менее, личный бренд может послужить очень хорошим инструментом в работе журналиста. Во-первых, сам автор получает дополнительный трафик для своих материалов, так как благодаря личному бренду строит вокруг себя свое собственное сообщество. Дополнительный трафик для материалов журналиста - трафик на сайт издания. Во-вторых, у аудитории создается эффект персонального общения. Однако этот момент зависит уже исключительно и только от самого автора: какую стратегию позиционирования он выберет, в какой манере будет общаться со своей аудиторией. Для этого нужно не только выбрать правильный тон общения, но также и вплотную заняться продвижением личного бренда. Если у журналиста появится новая и лояльная аудитория, то она автоматически будет ходить за ним на те сайты, на которых он пишет свои статьи. И это снова приводит к росту трафика. Как только у автора появилось собственное сообщество, которое ему доверяет, автоматически появляется новый канал для проверки информации и событий. Достаточно лишь поделиться инсайдерской информацией с аудиторией личного бренда, чтобы получить опровержение или подтверждение.

Используя социальные сети, журналисту можно находить нужные инфо-поводы, например, удаление публичной личностью аккаунта в Сети, провокационные сообщения известных людей могут стать базой новостной заметки. Но отбирать инфо-поводы необходимо очень тщательно, учитывая достоверность информации, возможность ее разворачивания и раскрывания. Таким образом, сбор информационных поводов в интернете стал одним из важных элементов в деятельности журналистов.

С развитием социальных сетей появилось такое направление, как «скриншот-журналистика», которая упрощает визуализацию информации и подтверждает ее достоверность. Она стала активно использоваться на

телевидении, когда, например, в новостях на экране отражается аккаунт известного человека и важные слова из него подчеркиваются движущейся линией [3].

Социальные сети стали инструментом поиска данных и источником информации для многих современных российских журналистов, вне зависимости от того, с каким каналом информации связана их деятельность. Эта медиа-платформа используется как для поиска новостей и новых тем, так и для поиска героев и проверки информации о них. Конечно, можно предположить, что есть более консервативные редакции, где использование соцсетей ограничено, однако очевидный тренд налицо.

В результате можно сделать вывод, что человек является потребителем информации в современном мире, большая часть которой идет через социальные сети.

**Список использованных источников:**

1. Social Networking, Microblogs and other Third Party Websites: BBC Use // [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/social-networking-microblogs/guidance-full>

2. Вартанов С. А. Изменение природы новостей в цифровую эпоху: теоретическое осмысление / С. А. Вартанов, А. А. Гуреева, Д. В. Дунас, Н. В. Ткачева // Медиа Альманах. 2016. No 6

3. Павлушкина Н. А. Социальные сети в работе журналиста: pro et contra // Современные проблемы науки и образования. 2014. No 6

©Андреев А.В., 2021

**УДК 070:316.772.5, 791.43.03**

**ХУДОЖЕСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ  
ПЕРЕДАЧИ ОЩУЩЕНИЙ И МЫСЛЕЙ ПЕРСОНАЖА  
В ВИДЕОПРОДУКЦИИ**

Бедина Е.О., Губанова Г.И.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В данной статье разрабатываются подходы к использованию выразительных средств в видеопродукции для раскрытия переживаний героя. Задачей статьи является выявление эффективных подходов к созданию видеоролика с использованием таких выразительных средств.

Аналитика и обобщение специфики применения этих подходов может позволить классифицировать варианты его использования, что



поможет обеспечить действенные способы создания выразительного образного видеоматериала.

А. Луначарский в 1926 году писал о невозможности показать внутренние переживания кроме способа показа внешних признаков со стороны, но в то же время и сам себе возражает, утверждая возможности кино, хотя в то время многие технологические моменты были еще не доступны технически или еще не обнаружены в творческом процессе.: «Говорят, что кино бессильно в деле изображения внутреннего мира. Поэзия может рассказать, что думал или чувствовал человек, так, как, если бы писатель переселил нас внутрь этого человека. Кино же может только извне показать, как изменилось его лицо или как он жестикулирует.... Сон, воспоминания, фантазия, неожиданная находка или внезапно сверкнувшее подозрение – все это может даваться кино с такой необычной живостью, на какую, наоборот, не способно никакое другое искусство, не исключая и поэзии» [1, с. 70].

В основном мы наблюдаем за героем со стороны, но почти незаметно в монтаже встраиваются моменты, показывающие, что он видит. Это может помочь зрителю почувствовать то, что испытывает герой. Внешние признаки оценки состояния героя – взгляд зрителя как бы со стороны на героя, например, прием наплыв (наезд). Наплыв является одним из базовых движений камеры. Он осуществляется с помощью плавного перехода. Основная задача наплыва заключается в том, чтобы выделить из окружающей обстановки, объект съёмки, переходя от общего плана к среднему и крупному. Чаще всего наплыв применяют в сценах, где нужно показать лицо героя крупным планом, для передачи мимики и показа чувств персонажа. Наплыв должен выполняться плавно и практически незаметно, в таком случае создается эффект рассматривания зрителем героя, как будто зритель постепенно подходит все ближе. Физический наезд камеры на объект значительно усиливает драматический эффект от важного момента в сюжете. Здесь зритель определяет переживания персонажа по его мимике, жестам, положению и движению тела.

Но восприятие от лица героя тоже возможно при применении особых приемов экранного искусства, именно это и является предметом нашего рассмотрения.

Переживания героя одно за другим осваивает кинематограф, пытается выразить воспоминания, например, через флешбеки, отображает мыслительный процесс. По мере нарастания этих возможностей, нарастания понимания устройства человеческой психологии выявляются особенности мышления, восприятия человека.

Вторичные образы, которые рождаются в мысленной сфере постепенно осознаются как на научном уровне, так и в контексте образов

искусства. Постепенно возникают выразительные средства экранного искусства, эффекты.

В мысленной сфере мышление выглядит как динамическое видео-пространство, оно и пространственно, и существует во времени. Этот временной динамический континуум подобен кинематографу, точнее кинематограф ему уподобляется.

Термин «внутренняя речь» или «внутренний монолог» используется как прием вербализованной саморефлексии, словесного осмысления состояния героя с озвучиванием в закадровом голосе, который может идти параллельно с мимикой героя, а может иллюстрироваться пейзажем и пр. Неслышная никому в реальности, вербализация с точки зрения психологии «является производной формой внешней (звуковой) речи, специально приспособленной к выполнению мыслительных операций в уме» [2, с. 69].

Передача мыслей героя с помощью закадрового голоса, была впервые представлена в фильме «Странная интерлюдия» 1932 г., и называется он «вербальный».

Фильмов, которые передают внутренний монолог героя вербальным способом, достаточно много: монологи Лёли в фильме М. Ромма «9 дней одного года» 1961 г., ключевой монолог в «Гамлете» Г. Козинцева (1964 г.), так и при помощи изошренных звукозрительных монтажных построений (сцена смерти Бориса в фильме М. Калатозова «Летят журавли» 1957 г., различные сцены в «8 1/2» Ф. Феллини 1963 г., смешение реальности и воспоминаний в фильме И. Сабо «Отец – дневник одной веры» 1966 г. и др.).

Закадровый голос персонажа (т.е. вербальная форма внутреннего монолога), может на равных правах включаться в сложное монтажно-ассоциативное построение, вместе с другими элементами, передающими процесс мышления.

Внутренняя речь может быть озвучена не голосом героя, а другим, которым говорит его внутренний персонаж, что реально с точки зрения психологии, например, слышится голос матери, которая строго говорит об ошибках героя.

Внутренняя речь может быть представлено прямо не в озвученных, а в написанных словах. Это, так называемые, пузыри, как возникающие небольшие плоскости, на которых написана внутренняя речь героя, то есть его мысли употребляется в мультфильмах, комиксах, комедийных фильмах. Комментарий автора закадровый также может повествовать о состоянии героя.

Но можно передать и то, что персонаж ощущает невербально, например, показанная крупно деталь, когда рука проводит по меху или шелку, через синестезию вызывает у зрителя ощущение того, что

переживает персонаж. Также может быть передан запах, а в анимации запах может быть передан дополнительно линиями, поднимающимися из чашки кофе, как визуальный образ запаха. Например, в одной дораме смена фона, когда слышит персонаж чувствует запах, была показана через возникшие образы фруктов, цветов, а когда мимо шел другой персонаж, то возникали образы грязной комнаты.

Наплыв воспоминаний может субъективно переживаться зрителем, если кинореальность начнет тускнеть, расплываться, как бывает перед тем, как нахлынут воспоминания, и все предстает «в легком расфокусе с последующей поправкой изображения по резкости» [3, с. 630], а в промежутке могут быть врезаны кадры воспоминаний. Таким образом зрителю передается ощущение, что персонаж переживал процесс воспоминаний. Так называемый «расфокус» в отношении реальности, которую «видит персонаж» и зритель вместе с ним, передает не только состояние воспоминания, но и плохого самочувствия, опьянения, измененного состояния сознания и пр.

Новые форматы экранного искусства, основанного на восприятии через гаджеты, называемого скринлайф, дают новые возможности. Описание процесса восприятия героя, проявляется в скринлайфе еще на уровне сценария, далее реализуется в самом материале, где восприятие героя непосредственно переживается зрителем, зритель смотрит, например на экран гаджета как герой. Эффект съемки случайно неотключенного экрана Т. Бекмамбетовым, как мы отмечали ранее, положил начало этому способу показа приватной жизни: «то, что позволило режиссеру увидеть и раскрыть личность человека со стороны его социальных сетей и поисковых запросов, вдохновило его использовать этот визуальный прием в своих будущих проектах» [4, с. 296].

Визуальное перечисление, набор кадров как выразительное средство (нарезка) – проверенный прием для показа воспоминаний.

Различные галлюцинации и парейдолии персонажа решаются легко через прямую визуализацию того, что видится персонажу, но в реальности отсутствует, например, в фильме Феллини «Джульетта и духи».

Передача состояния через природу – прием, проверенный еще в литературе.

Ассоциативный монтаж, например, лепесток, парящий в воздухе, передает романтическое настроение персонажа.

При съемке кино, мультфильмов, видеосюжетов, выделяют несколько видов киноповествования – метод субъективной и объективной камеры. Объективная камера показывает зрителю события с позиции третьего лица, или не участвующего в них свидетеля.

Однако, когда камера переносится на точку зрения какого-либо персонажа, участвующего в картине и начинает следить за развитием событий его глазами, камера превращается в субъективную камеру.

Это особый метод постановки кадра таким образом, чтобы зритель ощущал себя полноценным участником событий. Субъективная камера будет непосредственно втягивать зрителя в круговорот событий и создаст ощущение участия в действии. Зритель станет отождествлять точку зрения персонажей с точкой зрения камеры, почувствует полное погружение и вовлечение в сюжет, а также четко поймет чувства и эмоции персонажа. То есть этот прием осуществляется с помощью особого расположения камеры, когда зритель становится участником событий фильма и может наблюдать за происходящим от лица героя.

Так, например, в фильме режиссера Сесиль Хепурт, 1900 г. «Каково это, когда тебя переехали», автомобиль наезжает прямо на героя, а значит и на самого зрителя. Этот эффект отдаленно напоминает переживания зрителей на фильме братьев Люмьер «Прибытие поезда».

В картине «М» Фрица Ланга субъективная камера позволяет зрителю взглянуть на происходящее глазами убийцы. А в фильме «Клан Сопрано» все обрывается на моменте, когда в кафе входит убийца, но зритель не видит убийцу. Он только видит резкий обрыв фильма, тьму и титры и понимает, что Сопрано (и зрителя тоже) «убили». То есть зритель переживает то же, что герой изнутри. А в финале фильма «Завороженный» Альфреда Хичкока субъективная камера используется, чтобы показать самоубийство героя. Хичкок как бы заставляет зрителя застрелиться.

Субъективная камера появляется в фильме Михаила Калатозова «Летят Журавли», показывая мир через восприятие героя в последние минуты жизни.

Прием, когда зритель видит происходящее глазами героя, вставая на место одного из персонажей, хорошо виден на примере фильма «Сумерки». Первый кадр включает в себя двух героев, находящихся на стоянке, кадр снят объективной камерой и не передает эмоциональной составляющей героини Беллы. Последующие два кадра, где зритель смотрит на персонажей глазами героини Беллы, сняты субъективной камерой: в фокусе оказываются то один герой, то другой, и мы вместе с Беллой на это смотрим. Этот прием позволяет зрителю прочувствовать, что видит Белла. Как правило, эпизоды, снятые субъективной камерой, глубже раскрывают перед зрителем внутренний мир героев.

Таким образом, многие приемы стали уже привычными, легко читаются зрителями, понимающими язык кино. Появляются новые эффекты в цифровой сфере. Вероятно, с развитием технологий появятся

еще более неожиданные способы передать мысли и ощущения персонажа, которые зритель может пережить от первого лица.

**Список использованных источников:**

1. Сб. «Луначарский о кино». М. «Искусство», 1965
2. Большой психологический словарь / под ред. Б. Мещерякова, В. Зинченко. СПб. - М.: Прайм-Еврознак; ОЛМА-Пресс, 2003. 666 с.
3. Шабалин В.В. Художественные эффекты на телеэкране: от визуального аттракциона к выразительному средству монтажа С.628-629
4. Скребцова Н.А., Губанова Г.И. формирование нового языка экранного искусства в медиапространстве (скринлайф)//Материалы Всероссийской конференции молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации «Социальный инженер-2020».

©Бедина Е.О., Губанова Г.И., 2021

**УДК 371.3**

**ПРИМЕНЕНИЕ СТРИМ-ТЕХНОЛОГИЙ В МЕДИАОБРАЗОВАНИИ**

Бобров К.В., Вапова Н.Р.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Совершенствование технического оснащения в кино-, теле- и радио индустрии открывает новые перспективы и создает возможность применять всё более доступное и функциональное оборудование, как в коммерческих, так и в образовательных целях. В своей статье М.В. Голоха отмечает, что многие отечественные педагоги активно продвигают идеи медиаобразования и в теории, и на практике, а его внедрение в учебный процесс происходит не только в университетах, но и в средних школах [1].

В настоящее время активно развивается медиаобразование. Согласно определению, это процесс обучения и изучения теории и практики для овладения средствами массовой коммуникации. Оно связано со всеми видами медиа: как с печатными и графическими, так и звуковыми, экранными, различными технологиями, дает возможность понять людям, как массовая коммуникация используется в социуме [2]. Отсюда следует, что медиаобразование – это подготовка будущих специалистов области масс-медиа.

С недавнего времени неотъемлемым компонентом системы образования и нашей жизни в целом стал дистанционный формат, являющийся одним из инструментов медиаобразования. Существуют

видеостриминговые сервисы, обеспечивающие в режиме онлайн потоковую трансляцию различных событий. Службы являются медиа-издателями и способом распространения видеоконтента. Особенностью и преимуществом служб видеовещания над телевидением, которое также функционирует в режиме живого вещания, является предоставление возможности трансляции любому пользователю с минимальным количеством требуемых инструментов, а также наличие обратной связи [3]. Потокное видео (Streaming Video) – это технология буферизации и сжатия данных, позволяющая вести трансляцию мультимедийного контента (видео) через Интернет в режиме реального времени. Является достаточно востребованным направлением на сегодняшний день. Существует большое количество различных сервисов и технологий, позволяющих проводить потоковое вещание. Потокное вещание требует исходный носитель – камеру, аудиоинтерфейс, программное и аппаратное обеспечение для захвата изображения с экрана, видеокодер, например, VMix или OBS Studio, и высокоскоростное подключение к сети Интернет. Смартфон и планшетный компьютер обычно объединяют в себе большую часть требуемых функций, для начала трансляции с этих устройств требуется только установленное приложение видеостримингового сервиса [4]. Рассмотрим вопрос использования стрим-технологий в образовательном процессе на примерах.

На кафедре Журналистики и телевизионных технологий Института Социальной инженерии РГУ им. А.Н. Косыгина осуществляется подготовка по направлениям «Операторское дело и режиссура монтажа», «Производство телерадиовещательных программ». В рамках профилей студенты учатся создавать медиаконтент, приобретая необходимые навыки для последующей работы на телевидении. Кроме репортажных съёмок, учащиеся принимают участие в организации трансляций мероприятий различного уровня: от презентаций с одним спикером до концертов и шоу. В зависимости от задач применяется соответствующее аппаратное и программное обеспечение, например, для организации трансляции шоу «Битва талантов» было использовано несколько статичных камер и одна передвижная (с электронным стабилизатором Zhiyun Crane Plus). Из-за отсутствия возможности коммутации камер и монтажного пульта (видеомикшера) на дальнем расстоянии (более 15 метров) путём проводной передачи видеосигнала, был применен беспроводной способ с помощью видеосендера (комплекта, состоящего из передатчика и приёмника, позволяющего передавать видео, часто вместе со звуком, на различные расстояния [5]), для линейного монтажа – видеомикшер АТЕМ Mini Pro ISO с 4 HDMI-входами и программный видеокодер VMix (ПО для передачи видео и аудио на платформу, осуществляющей вещание, как,

например, YouTube или VK). Использование видеокодера подходит в случае применения отдельного аудио- или видеоборудования, многокамерной съёмки и нескольких звукозаписывающих устройств, демонстрации экрана.

Аналогичные задачи присутствуют в российском детском новостном агентстве «НашПресс». В течение года команды школьных медиацентров из разных городов соревнуются, выполняя различные задания, состоящие из нескольких направлений: от эстафет до акций, от фотобатлов и до видеоформатов. РГУ им. А.Н. Косыгина является стартовой площадкой Всероссийского конкурса школьных изданий, Марафона Школьных СМИ и профориентационного проекта «Медиатон». Участники осваивают азы медиапроизводства (сценарное мастерство, фото- и видеосъемка, монтаж, работа в кадре) [6]. Данный пример демонстрирует возможность интеграции высшего образовательного учреждения с проектами, направленным на развитие у школьников «soft-skills» и «media-skills», востребованных сегодня во всех профессиях [7]. Студенты имеют возможность не только пройти практику, но и стать медиа-волонтерами. Проект «НашПресс» проводит мероприятия всероссийского масштаба и имеет филиалы в некоторых городах России. Соответственно, существует ряд факторов, не позволяющих собрать абсолютно всех участников в очном формате. Есть и обратная ситуация, когда спикер не имеет возможность выступить вживую. В связи с этим возникает необходимость проведения мероприятий, например, лекций, мастер-классов, как дистанционно, так и очно. Используя программы для видеоконференций, происходит интеграция в прямой трансляции слушателей онлайн и участников видеосвязи (Zoom или Skype).

Любой образовательный проект нуждается в поддержке, особенно, если он имеет связь с медиа-сферой, где требуется качественное техническое оснащение. Для того существуют спонсоры, например, дистрибьютер телевизионного оборудования зарубежного производства – TELEVIDEODATA, принимает активное участие в поставке оборудования для образования в высшие учебные заведения и школы и оказывает содействие в организации выставок и образовательных мероприятий.

Если исходить из приведенных выше примеров, можно сказать, что применение стрим-технологий в медиаобразовании является востребованным, даёт возможность школьникам и студентам получить новые навыки, открывает больше перспектив для сферы образования.

#### **Список использованных источников:**

1. Голоха, М. В. Уточнение актуального определения термина «Медиаобразование» / М. В. Голоха, Н. Р. Вапова, М. А. Мастер //

Всероссийская конференция молодых исследователей «Социальный инженер», Москва, 2019

2. Новикова А.А. Медиаобразование / Российский журнал истории, теории и практики медиапедагогике, №1 2008

3. <https://animatika.ru/info/gloss/streaming-video.html>

4. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Служба\\_потокowego\\_вещания\\_видео](https://ru.wikipedia.org/wiki/Служба_потокowego_вещания_видео)

5. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Видеосендер>

6. <https://lgo.ru/proect/mediaton/index.htm>

7. Бобров, К. В. Образовательная журналистика / К. В. Бобров, Н. Р. Ваапова // Всероссийская конференция молодых исследователей «Социальный инженер», Москва, 2020

©Бобров К.В., Ваапова Н.Р., 2021

**УДК 77.04**

## **ФЕНОМЕН СТИЛИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ФОТОГРАФИИ**

Брычеева Е.В., Губанова Г.И.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Современный человек живет в эпоху кардинальных изменений, связанных с цифровой революцией. Главным ресурсом общества становится информация, и ее избыток приводит к подрыву истин, когда-то казавшихся незыблемыми. Современный этап развития культуры принято называть постмодернистским.

Эпоха постмодерна и, диктующий условия в современной художественной культуре постмодернизм, характеризуются такими особенностями, как эклектика, гиперрефлексия, ирония, интертекстуальность, хаос, и обосновывают актуальность такого приема художественной выразительности как стилизация, в том числе в фотографии.

Статья исследует использование феномена стилизации как выразительного средства художественной фотографии.

Так как постмодернистское творчество осуществляется в контексте интертекстуальности, появляется возможность произвольного использования традиционных образов и символов для передачи совершенно новых смыслов. Н.С. Автономова утверждает, что «постмодернизм есть мировоззрение *fin de siecle*, то есть тип чувствования, умозрения или позиция игрового перебирания культурных вариантов



предыдущих эпох, размывание границ, рамок между видами, рядами, формами культурной деятельности, когда в эклектические соединения вступают не лирика и эпос, не позиция и живопись, а наука, искусство, философия и религия» [1, с. 20].

Из-за сочетания разнородных элементов постмодерн не воспринимается как отдельно стоящий стиль, поэтому на первый план выходит феномен стилизации. Именно намеренность отличает стилизацию: исследователи определяют стилизацию как «намеренное использование формальных признаков и образной системы того или иного стиля, уже известного в истории мировой культуры, в новом, в отличающемся от традиционно используемого художественном или культурном контексте» [2, с. 49]. Стилизацию нельзя ставить в один ряд с подделкой или имитацией, потому что ее цель состоит не в точном повторе оригинала, а в создании новой трактовки привычного образа.

Проявления стилизации в современном мире разнообразны. Она проявляется как в сфере искусства, так и за ее пределами, например, в оформлении выставок и театрализованных представлений, в дизайне интерьеров, в декоративном творчестве, в живописи и экранных искусствах.

Таким образом, феномен стилизации в эпоху постмодерна стал культууроформирующим фактором, так как начало двадцать первого столетия характеризуется культурным плюрализмом, смешением различных стилей и культур. Существование постмодернизма как формы переосмысления культуры и творчества предшествующих поколений стало возможным, в том числе, благодаря использованию стилизационных решений.

Так как фотография, в контексте визуального поворота, имеет особое влияние на современную культуру, рассмотрим феномен стилизации на ее примере.

Р. Арнхейм отмечал, что, «только благодаря форме изображение становится доступным разуму» [3, с. 258] поэтому выразительная форма в художественной фотографии является основным инструментом для передачи содержания. Стилизация является одним из таких инструментов.

На примере обложки всемирно известного журнала VOGUE, вышедшей в марте 2021 года и посвященной теме креативного начала, рассмотрим приемы, использованные для создания стилизованного образа. Так на кадре фотографа Marcin Kempski, ставшем обложкой Vogue Czech, можно заметить аллюзию на каменный век. Перед читателями как бы предстает образ древнего шамана: большое количество украшений, макияж, напоминающий обрядовый, растрепанные вьющиеся волосы, однотонная ткань, выглядящая, как одеяние древних людей. Большую роль

также играет типаж модели Michele Lamu – эксцентричной и неординарной возрастной женщины с андрогинными чертами лица. Её психофизические особенности добавляют снимку брутальности. Выразительность образа дополняет каменная глыба, расположенная над головой модели, и камень, на котором она сидит. Создается впечатление, что женщина находится в пещере, и тяжесть ее эпохи довлеет над ней. Современные сапоги как бы подсказывают читателю, что это метафора указывает на женщин двадцать первого века, которые несут на своих плечах бремя своей эпохи. Ракурс также влияет на ощущения от фотографии. Модель снята немного снизу, из-за чего ее образ становится более властным, сильным, волевым. Фон и обработка нейтральны и не отвлекают внимание от центральной фигуры модели. Таким образом, стилизация рождает дополнительные смыслы, усиливающие художественную выразительность фотографии.

Для апробации использования стилизации были подготовлены постановочные портретные фотографии с использованием стилизационных приемов. Вариативные возможности применения стилизации проиллюстрированы в создании двух серий фотографий (автор Брычеева Е.В), интеллектуально адресованных к различным стилям. Первая серия (рис. 1) создана на основе стилистики 90-х годов в России. Образ времени передан с помощью антуража и деталей – одежды модели, а также реквизита. Однако произвольный подбор локации (в данном случае, лес) создает ощущение, что модель вырвана из контекста, подчеркнута отсутствие привязки к месту действия, пространство выглядит как ирреальное. Такой подход подтверждает гипотезу о том, что стилизация создает новую трактовку привычного образа, но не стремится к его копированию.



Рисунок 1 – Серия на основе стилистики 90х

Вторая серия (рис. 2) создана с использованием элементов русской народной культуры. Модель находится в аутентичном окружении – бывшей царской резиденции Коломенское, ныне функционирующей как музей-заповедник. Однако трактовка наряда модели вольная, лишь расплывчато напоминающая народный костюм.



Рисунок 2 – Серия на основе стилистики русской народной культуры

Еще одним элементом стилизации в представленной серии (на центральной фотографии) служит сакральный жест, используемый в иконописи и означающий благословение либо начало речи (благовестия). Такое интертекстуальное прочтение иллюстрирует актуальность постмодернистских тенденций в современном мире.

Важно отметить, что стилизация – это упрощение понятия стиль, поэтому в предложенных сериях не представлена «устоявшаяся форма художественного самоопределения эпохи, региона, нации, социальной или творческой группы» [4 с. 231], а лишь использованы формальные признаки того или иного стиля.

Особая выразительность таких образов также связана с наличием игрового момента – основного критерия возникновения творчества и различных видов искусств по мнению философа и историка культуры Йохана Хейзинги. Он утверждал, что «игра старше культуры, ибо понятие культуры, как бы совершенно его ни определяли, в любом случае предполагает человеческое сообщество, а животные вовсе не ждали появления человека, чтобы он научил их играть» [5, с. 9].

Таким образом, главными критериями стилизации, как производного феномена постмодернизма, можно считать заимствование образной системы того или иного стиля и поиск новых смыслов через привычные символы. Поэтому в процессе создания стилизованных фотографий, выразительность которых связана, в том числе, с игровым моментом, важно учитывать типажность и психофизические особенности портретируемого, а также особенности стиля, на основе которого делается стилизация.

В постмодернистском контексте развития визуальной культуры образ, построенный с использованием феномена стилизации, будет более актуальным, в том числе для использования на различных медиаплощадках.

#### **Список использованных источников:**

1. Автономова Н.С. Возвращаясь к азам / Н.С. Автономова // Вопросы философии. – 1993. – № 3. – С. 17-23
2. Дашкова Е.В. Стиль и стилизация в философско-культурологическом контексте / Е.В. Дашкова, Е.Б. Ивушкина, П.Н. Мирошниченко. – Шахты: Изд-во ЮРГУЭС, 2006. – 117 с.

3. Арнхейм Р. О природе фотографии // Психология художественного творчества: хрестоматия / сост. К.В. Сельченко. Москва: Харвест, – 2003г. – 258 с.

4. Соколов М.Н. Стиль // Культурология. XX век. Энциклопедия. Т.1. – СПб.: Университетская книга; ООО “Алетейя”, 1998. 447 с.

5. Хёйзинга Й. Homo ludens. Человек играющий / Сост., предисл. и перевод Д.В. Сильвестрова; коммент., указатель Д.Э. Харитоновича. – М.: Изд-во Прогресс традиция, – 1997. – 378с.

©Брычеева Е.В., Губанова Г.И., 2021

УДК 94(47+57:569.1) «197»:930.2:070

**ОСВЕЩЕНИЕ СОВЕТСКО-СИРИЙСКИХ ОТНОШЕНИЙ  
СЕМИДЕСЯТЫХ ГОДОВ XX века  
В ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ**

Быковский Е.П.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Важным источником для изучения особенностей развития советско-сирийских отношений в 1970-хх гг. являются средства массовой информации – наиболее влиятельные ежедневные печатные издания Советского Союза, фактически главные советские газеты «Правда» и «Известия». Некоторый материал по указанной проблеме также содержится в общественно-политическом и литературно-художественном иллюстрированном еженедельном журнале «Огонек». Советская периодика представляет интерес для научного исследования. Следует отметить, что в советских печатных изданиях идеологией были пронизаны все аспекты общественно-политической жизни государства. Большое значение уделялось социально-экономическому и культурному сотрудничеству с государствами социалистического лагеря.

Целью данной статьи является обзор ведущих советских печатных изданий, освещавших приезд в Москву в 1971, 1974 и 1977 гг. делегаций Сирийской Арабской Республики во главе с партийным и государственным деятелем Хафезом Асадом.

Одна из ведущих ролей в идеологическом влиянии на зарубежные государства, поддерживающие политический курс СССР, принадлежала СМИ. В то же время, в сложившейся политической обстановке «холодной войны», вся их деятельность была жестко цензурирована. Особенно это относилось к центральным печатным изданиям страны. Материалы о

визитах официальных лиц должны были соответствовать не только требованиям времени, но и идеям нового социального строя.

Так, в газете «Правда», за 1 февраля 1971 г. отмечалось, что в этот день в Советский Союз, по приглашению правительства, с официальным визитом прибыла сирийская партийно-правительственная делегация во главе с Премьер-министром, министром обороны САР и членом регионального руководства Партии арабского социалистического возрождения (ПАСВ), генералом армии Хафезом аль-Асадом [1]. Далее давалась краткая биография лидера САР, из которой следовало, что он родился в 1930 г. Окончил авиационный колледж и курсы при командно-штабной академии в Сирии, потом служил в сирийских вооруженных силах, а в 1966 г. был назначен министром обороны САР. Начиная с 1963 г. избирался членом руководства ПАСВ на общеарабских и региональных съездах и конференциях этой партии. Оставаясь министром обороны, Хафез Асад в ноябре 1970 г. был назначен Премьер-Министром САР. После краткой биографической справки в газете обозначены основные направления программы правительства Хафеза Асада. Подчеркивалось, что новое правительство во внутренней политике ориентировалось на углубление прогрессивных социально-экономических преобразований в стране. Во внешнеполитическом курсе правительство Х. Асада избрало линию на укрепление сотрудничества с Советским Союзом и другими социалистическими государствами [2]. Следует отметить, что указанная официальная заметка была опубликована в день приезда в СССР Х. Асада.

В газете «Правда» за 2 февраля 1971 г. Телевизионное агентство Советского Союза (ТАСС) сообщало о визите дружбы и сотрудничества в Москву правительственной делегации САР во главе с Хафезом Асадом. Указывался состав делегации. Встречающую сторону представляли следующие официальные лица: член Политбюро ЦК КПСС, Председатель Совета Министров СССР А.Н. Косыгин, министр иностранных дел А.А. Громыко, министр обороны Маршал Советского Союза А.А. Гречко и другие. Среди встречающих также были посол САР в СССР Джамиль Шайл и главы дипломатических представительств арабских стран, аккредитованных в СССР. В указанном выпуске газете констатировался факт официальных советско-сирийских переговоров на высшем уровне, проходивших в Кремле в начале февраля 1971 г. Переговоры с советской стороны возглавили Генеральный секретарь ЦК КПСС Л.И. Брежнев, член Политбюро ЦК КПСС, Председатель Президиума Верховного Совета Н.В. Подгорный и Председатель Совета Министров А.Н. Косыгин. Также в переговорах участвовали министры А. Громыко, А. Гречко и другие представители правительства. Сирийская делегация включала следующих министров: сельского хозяйства и аграрной реформы (Мухаммед Талех

Хиляль), иностранных дел (Абдель Халим Хаддам), министр по делам нефти, энергетики и минеральных ресурсов (Мустафа Хаддад), экономики и внешней торговли (Мустафа Халлядж), министр по делам Евфратской плотины (Мунир Ваннус), государственный министр (Юсеф Фейсал) и посол САР в СССР Джамиль Шайл [3]. В ходе переговоров были достигнуты соглашения по социально-экономическому и политическому сотрудничеству, обсуждалось положение на Ближнем Востоке. В конце переговоров был дан официальный обед в Кремле. Выступивший с речью А.Н. Косыгин назвал представителей сирийской делегации друзьями, что идеологически подтвердило социалистический курс в политике государств-партнеров, направленный против империалистического вмешательства в политику других государств. Отмечалось, что итогом экономического сотрудничества было строительство в Сирии важных и мощных экономических объектов (например, Евфратского гидроэнергетического комплекса, нефтеперерабатывающих предприятий), подготовка технических кадров. Также отмечалось, что итогом культурного сотрудничества стали культурные обмены между государствами (поездки деятелей культуры, искусства и науки). Отдельно в речи была затронута проблема ближневосточного кризиса. Осуждалась оккупационная политика Израиля и его союзников в регионе Ближнего Востока, посягающих на независимость и суверенитет арабских территорий, захваченных во время июньской агрессии 1967 г. Подобная политика Израиля нарушала Устав ООН, а также общепризнанные нормы международного права. Отмечалось также, что в ходе конструктивной политики правительства Объединенной Арабской Республики (ОАР) наметились определенные положительные сдвиги в ближневосточном кризисе. Израиль согласился на возобновление контактов с представителем генерального секретаря ООН. В связи с этим А.Н. Косыгин от лица руководства советского руководства выразил уверенность в том, что решить ближневосточный кризис поможет четкое выполнение резолюции Совета Безопасности от 22 ноября 1967 г., с учетом законных прав всех государств Ближнего Востока, в том числе арабского населения Палестины. Любые проволочки или применение силы в данной ситуации не решат этот вопрос, а только усугубят ситуацию. Надежда возлагалась на мирное урегулирование кризиса со стороны Израиля. Также в речи А. Косыгина обращалось внимание на сложную политическую обстановку в других государствах (Лаос, Камбоджа, Вьетнам, Индокитай) и в жесткой форме осуждалась агрессия со стороны США относительно местного населения. В связи с этим советское руководство приветствовало антиимпериалистическую политику ОАР, САР, Демократической Республики Судан, Ливийской Арабской Республики. В ответной речи Х.

Асад также назвал представителей советской стороны друзьями, осудил страны-агрессоры во главе с США, заявил о необходимости достижения общеарабского единства в решении ближневосточного кризиса и намерении укреплять и развивать советско-арабскую дружбу и сотрудничество [4].

В газете «Правда» за 3 февраля 1971 г. ТАСС также сообщало о плодотворных советско-сирийских переговорах о дружбе и сотрудничестве в Москве. В материале о сирийском визите, помимо вышеизложенной информации, говорилось о завтраке в Доме приемов, устроенном Х. Асадом в знак признательности для представителей советской делегации во главе с Л.И. Брежневым. С речью на нем выступил Хафез Асад и еще раз выразил признательность Советскому Союзу за поддержку и помощь в проведении как внутренней, так и внешней политики САР в регионе Ближнего Востока. С ответной речью выступил А.Н. Косыгин. Сообщалось, что после завтрака сирийская правительственная делегация посетила Мавзолей и могилу Неизвестного солдата, где возложила венки. Вечером 2 февраля в Кремлевском Дворце для гостей была показана опера «Фауст», на которой присутствовали и представители советской стороны [5].

В газете «Правда» за 4 февраля 1971 г. было размещено развернутое советско-сирийское коммюнике (официальное сообщение о ходе международных переговоров), проходивших в Москве 1-3 февраля 1971 г. ТАСС сообщало, что сирийская партийно-правительственная делегация находилась в Москве по приглашению ЦК КПСС и Советского правительства с официальным визитом. Сирийская сторона информировала советских руководителей о деятельности Партии арабского социалистического возрождения и правительства САР, о социально-экономических преобразованиях на пути строительства социализма, направленных на дальнейшее экономическое и политическое укрепление страны. Сирийская делегация была проинформирована о строительстве коммунистического общества в СССР и достижениях советского народа в развитии экономики, науки и культуры. Обе стороны отметили успешное развитие дружественных отношений, основанных на принципах равноправия, взаимного соблюдения нейтралитета, независимости и невмешательства во внутреннюю политику. Стороны обозначили успешное развитие советско-сирийского экономического и технического сотрудничества. Выразили желание и в дальнейшем сотрудничать в области нефтяной промышленности, энергетики, железнодорожного строительства и электрификации на основе советско-сирийского соглашения от 10 июля 1969 г. Эти направления были также подтверждены советско-сирийским протоколом от 11 июля 1970 г.

Преобразования в указанных выше областях планировалось осуществить в период третьей пятилетки развития экономики Сирии (1971-1975 гг.). Сирийская сторона выразила благодарность Советскому Союзу за помощь в развитии ее экономики, укреплении обороноспособности и подготовке национальных научно-технических кадров. Также было отмечено важное значение установившихся дружественных связей между Коммунистической партией Советского Союза и Партией арабского социалистического возрождения и намечены конкретные мероприятия в области межпартийных связей.

Относительно ближневосточного кризиса стороны настаивали на скорейшем выводе израильских войск с оккупированных арабских территорий, обеспечении законных прав и интересов населения арабских стран, в том числе Палестины. Отмечалось, что большой поддержкой арабским государствам является заявление Берлинского совещания Политического консультативного комитета государств-участников Варшавского Договора от 2 декабря 1970 г. Представители СССР и САР выразили желание достигнуть осуществление Декларации ООН о предоставлении независимости всем странам и народом, находящимся под колониальным господством. Обсуждалась международная ситуация в Юго-Восточной Азии в связи с продолжающимся американским вмешательством в ее внутреннюю политику. Кроме этого, в жесткой форме была осуждена политика апартеида, проводившаяся расистскими режимами Южно-Африканской Республики, и выражалась поддержка освободительной борьбы народов Гвинеи (Бисау), Анголы, Мозамбика, Южной Африки, Намибии и других государств. Обе стороны подчеркнули большое значение укрепления мира и безопасности в Европе и созыва с этой целью общеевропейского совещания. Кроме этого, сирийская делегация поддержала инициативу Советского Союза, отстаивающего «Проект Конвенции о запрещении разработки, производства и накопления запасов химического и бактериологического (биологического) оружия и его уничтожении». Стороны также поддержали одобренный XXV сессией Генеральной Ассамблеи ООН проект Договора о запрещении размещения на дне морей и океанов, в их недрах ядерного оружия и других видов оружия массового уничтожения. Обе стороны высказались за конкретные практические мероприятия, направленные на всеобщее и полное разоружение, в том числе и ядерное под строгим международным контролем [6]. В конце визита глава сирийской партийно-правительственной делегации Хафез Асад передал приглашение Л.И. Брежневу, Н.В. Подгорному и А.Н. Косыгину посетить с дружественным визитом САР.



11-13 апреля 1974 г., по сообщению ТАСС, в ходе официального и дружественного визита партийно-правительственной делегации САР, состоялись очередные советско-сирийские переговоры в Кремле, о чем было оповещено в газете «Известия». В переговорах приняли участие Генеральный секретарь ЦК КПСС Л.И. Брежнев, член Политбюро ЦК КПСС, Председатель Президиума Верховного Совета СССР Н.В. Подгорный, член Политбюро ЦК КПСС, Председатель Совета Министров СССР А.Н. Косыгин и Президент САР Хафез Асад. В газете перечислен состав сирийской делегации и принимающей советской стороны. Рассматривались вопросы внутренней и внешней политики СССР и САР, а также международные вопросы. Особое внимание сирийская делегация уделила помощи Советского Союза в строительстве мощного гидроэнергетического комплекса на реке Евфрат, в оборонной, торговой и других сферах. Стороны обменялись мнениями по вопросам дальнейшего укрепления дружественных советско-сирийских отношений [7]. В ходе визита были подписаны следующие документы: план партийных связей между КПСС и ПАСВ на 1974 год; долгосрочное соглашение о дальнейшем развитии экономического и технического сотрудничества между СССР и САР; план культурного и научного сотрудничества на 1974-1975 гг.; протокол о товарообороте на 1974 г. [8].

С 18 по 22 апреля 1977 г. с официальным и дружественным визитом в СССР находился Генеральный секретарь ПАСВ, Президент САР Хафез аль-Асад во главе партийно-правительственной делегации Сирии. Состоялись очередные переговоры о дальнейшей двусторонней дружбе и сотрудничеству государств в экономической (добыча нефти, транспортное и ирригационное строительство), торговой, оборонной и других сферах, на основе подписанных в 1974 г. документов. Также обсуждалось дальнейшее сотрудничество в урегулировании кризиса на Ближнем Востоке. В связи с этим обе стороны выразили желание добиваться скорейшего созыва Женевской мирной конференции по Ближнему Востоку с участием в ее работе Организации освобождения Палестины – законного представителя арабского населения Палестины. Обе стороны осудили вмешательство Израиля в политику Ливана и высказались за укрепление арабского единства в борьбе против израильской агрессии и империализма. Они заявили о намерении способствовать успеху предстоящей специальной сессии Генеральной Ассамблеи ООН по вопросам разоружения, способствующей созыву Всемирной конференции по разоружению. Обсуждались также и отдельные вопросы международной политики. Советская сторона получила приглашение на ответный визит в САР [9].

Последний раз Советский Союз Хафез аль-Асад посетил в феврале 1990 г., а Российскую Федерацию – в 1999 г. В 2000 г. лидер САР скончался. Его приемником стал сын – Башар аль-Асад.

Таким образом, существование идеологического режима в Советском Союзе не позволяло читателям увидеть полную картину проводившихся официальных мероприятий. Подвергаясь жесткой цензуре, советские издания не освещали множества интересных фактов из жизни других стран, и тематика их была несколько однобока: основная доля материалов посвящалась событиям внутри СССР и лишь небольшая часть – событиям в странах социалистического лагеря. Установилась зависимость уровня развития прессы от существовавшей в тот период политической обстановки и бюрократической системы в СССР, препятствовавших свободе слова и объективному отражению действительности в СМИ. Не исключением стало и освещение визита в СССР в 1970-х гг. партийно-правительственной делегации САР во главе с Хафезом аль-Асадом. В то же время следует отметить, что советско-сирийское партнерство и дружественные отношения способствовали укреплению социально-экономических, политических, оборонных и культурных связей этих государств, что обеспечивало надежное противостояние социалистической системы в борьбе с западным империализмом периода «холодной войны».

**Список использованных источников:**

1. Добро пожаловать! [о визите Премьер-министра, министра обороны Сирийской Арабской Республики, члена регионального руководства Партии арабского социалистического возрождения Хафеза Асада] // Правда. - 1971. - 1 февраля. - С.1.
2. Там же.
3. Визит дружбы и сотрудничества [прибытие в Москву партийно-правительственной делегации САР] // Правда. - 1971. - 2 февраля. - С.1.
4. Там же. – С.4.
5. Дружба и сотрудничество // Правда. - 1971. - 3 февраля. - С.1, 4.
6. Совместное советско-сирийское коммюнике // Правда. - 1971. - 4 февраля. - С.4.
7. Крепнут узы дружбы: советско-сирийские переговоры завершены // Известия. - 1974. - 12 апреля. - С.1-2.
8. Дружественный визит // Огонек. - 1974. - 20 апреля. - С.5.
9. Визит дружбы // Правда. - 1977. - 23 апреля. - С.1,4.

©Быковский Е.П., 2021

УДК 778.5

## КИНОИНДУСТРИЯ КАК ФЕНОМЕН СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Ваганов В.А.

Научный руководитель Носова Д.А.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Кино всегда являлось странным видом искусства. Поначалу, искусством оно даже и не являлось; балаганное зрелище, созданное для чистого развлечения безграмотных масс. Первые кинопримитивы создавали творцы и изобретатели, искавшие эффективные, но простые способы привлечь скучающую толпу. Сейчас, глядя на сохранившиеся образцы того буйного периода, можно заметить, что первоначальные дельцы кино, такие как Мельес и Сегундо де Шомон, были именно гениальными художниками-примитивистами. Сами же они в себе художников не видели. Фокусники, изобретатели, бизнесмены, шоумены, кто угодно, но не творцы искусства. Они пытались угадать вкусы публики, не понимая того, что уже сами меняют эту публику и отражают ее настроения [1].

Актуальность социологии кино заключается в том, что она анализирует настроения, царящие в обществе, недовольства и стремления, что в свою очередь создает поле для прогнозирования. В процессе создания кино, «кинодельцы» вплотную касаются социальной реальности индивида-зрителя и делается это нарочно, чтобы в последствии для воспринимающего произведение создавалась комфортная, узнаваемая атмосфера, притрагиваясь к которой зритель начинает коммуникацию с кинофильмом. Накопленный культурный опыт наблюдателя как бы надевается на фильм, что воздействует на первого определенным образом – завершается начатый режиссером творческий процесс кинопродукта, собирая пазл в одно целое, придавая смыслы произведению, невольно его интерпретируя; итоги интерпретации зависят от присутствия актуальных проблем, уровня образования интерпретатора, статуса в обществе. С данной точки зрения зритель так же является автором – только сидящим на обратной стороне медали. Соответственно, из этого можно сделать вывод, что режиссер, на каждом этапе создания кинокартины, обязательно будет ориентирован на воспринимающего кинокартину, потому что без последнего творческий исход является не кино, а просто смонтированным материалом. Кинодельцы, в погоне за максимальной прибылью, стараются

охватить как можно большую аудиторию, поэтому существует необходимость знать ее интерес. Это заставляет людей, занимающихся кинопродукцией, рассматривать и анализировать актуальные социальные проблемы людей, их ценности, традиции и т.д.

Так что же такое кино: зеркало социальной реальности или мощная движущая сила социума? Цитируя Михаила Жабского: «Кино – это и зеркало, и молот общественной реальности» [1].

Кино ирреально само по себе, но выглядит как отражение реальности, выглядит сном: иллюзией в иллюзии, как пишет Ницше, апеллируя к античному театру, но если быть точнее, то кино больше напоминает театр теней. Человек, уставивший свой взор на экран, как бы забывается, проваливаясь в бездну бессмертия, обращая внимания на тени идей и мотивов.

Кинематограф как механизм коммуникации побуждает своего адресата к совершению эмоционального путешествия, заставляя обдумывать, обсуждать важные проблемы, сопереживать. Кино – это социальное явление. Анализ кино – это всегда анализ общества.

В эпоху глобализации, для которой характерен новый тип зрителя, совсем иначе взаимодействующий с социальной кино-реальностью, социологическое изучение киноискусства приобретает особую актуальность. Социология изучает кинематограф как социальное явление, которое включает в себя социально-значимые аспекты производства и потребления кинопродукции.

Рассматривая феномен кино в связи с социологией, становится заметно, что их многое объединяет.

Социальная функция кино такова, что последнее выступает в качестве показателя острых проблем и вопросов в обществе. В руках социологии, кино является очень мощным оружием: оно дает способность к анализу отношений огромной аудитории к тем или иным проблемам, освещенным в фильме; сама реакция зрителей покажет отношение к поднятой проблеме. Присутствует здесь и обратная сторона монеты: если же какая-либо позиция по вопросу не была сформирована, то будет, потому что кино может так же выступить и в своей пропагандистской ипостаси. С одной стороны, кино как зеркало социальной реальности может транслировать повестку дня, с другой стороны, оно способно, к примеру, вызвать сострадание к антогонисту, к «неприемлемым» группам населения, в корне изменить образ жизни, привить идеалы, успокоить, дать надежду или же навязать определенную позицию [2].

Общество и кинематограф в связи друг с другом, проявляются одновременно и как следствие, и как причина.

Можно выразить 3 способа анализа взаимосвязи кино и социума:

1. Взаимосвязь сверху-вниз: влияние происходит от социума и производных от него институтов. К примеру, с 80-х годов в американский кинематограф начали массово внедряться положительные героини-афроамериканцы, что способствовало спаду расовой напряженности в США.

2. Взаимосвязь снизу-вверх: влияние, исходящее от публики. Роль проводника играет рынок, например, серия фильмов «Елки», которые в какой-то мере «отражают» настроения публики, имеющей на данное произведение запрос.

3. Влияние, которое идет из нутра кинематографа. Цель: эволюция создания кино. К примеру, фильм «Броненосец Потемкин, который показал кинематографистам всего мира, каким образом можно играть с ракурсами, точками съемки и, главное, монтажом: С. Эйзенштейн вызывает у зрителей сильные эмоции с помощью крупных планов, по особому показывая те или иные моменты картины [2].

Каждая из этих взаимосвязей также тесно переплетена с остальными.

Говоря о функциях киноискусства в обществе, как некоторого толчка к изменению социальной реальности необходимо отметить те объекты, на которые оно в первую очередь влияет. Первым в списке выступает индивид, как зритель; кино оказывает на него прямое влияние; после, увиденное, воздействует на индивидуальный потенциал субъекта. Итогом такого коммуникативного акта становится впитывание ценностей и норм, переданных через кино; данный процесс можно назвать общей социализацией, так как формируется способность индивида познанию, оценке, общению и созиданию. Цитируя М. Жабского: «...обретение зрителем способности интегрироваться в систему кинематографических отношений, можно квалифицировать как процесс кинематографической социализации» [3].

Исходя из этого, идея восприятия кинематографа как зеркала и молота социальной действительности подтверждается, и киноиндустрия является мощным инструментом и феноменом социальной реальности.

#### **Список использованных источников:**

1. ГЛОБАЛИЗМ И ФУНКЦИИ КИНО В ОБЩЕСТВЕ М. И. Жабский. -М.: РФФИ, 2001. - 301 с.

2. Я .В. Евсева, М.А. Ядова СОЦИОЛОГИЯ КИНО И ТЕАТРА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-kino-i-teatra-istoriya-i-sovremennost-vvedenie-k-tematicheskomu-razdelu/viewer> (дата обращения: 20.11.2021).

3. М.И. Жабский, К. А. Тарасов РОССИЙСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ В  
КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА. URL:  
<http://socis.isras.ru/files/File/2019/11/Zhabsky.pdf>

4. А.Л. Маршак СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ: ПУТИ НАУЧНОГО  
СТАНОВЛЕНИЯ (1968-2018). URL  
<https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-kultury-puti-nauchnogo-stanovleniya-1968-2018/viewer> (дата обращения: 20.11.2021).

©Ваганов В.А., 2021

УДК 316.4

## ВЛИЯНИЕ МЕДИАКУЛЬТУРЫ НА МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Вяльчина Е.А., Чабиева Т.С.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В современном мире вопрос актуальности и значимости медиасферы в жизни людей приобретает все больший интерес.

С развитием сети Интернет, медиа стали окружать современного человека повсюду, а также теперь являются и основной частью его повседневной деятельности. Медиасфера стала той средой, в которой реализуются самые разнообразные процессы и виды деятельности – от культурной до управленческой. Сейчас практически невозможно найти такую сферу человеческой деятельности, куда бы не проникла медиакультура. Медиапространство объединяет в себе все сферы человеческой деятельности, создавая для них особые пространственно-временные условия и способы выражения, свой собственный язык, а также каналы коммуникации.

Формирование медиасферы, повлекло за собой не только увеличение возможностей доступа к информации, способов восприятия и познания действительности, но и повлияло на межкультурную коммуникацию и восприятие нами других культур, расширив возможности доступа к культурному наследию.

Медиапространство сейчас является своеобразной площадкой для диалога различных культур, непрерывного взаимодействия вне пространственно-временных границ, взаимообогащения и взаимодополнения культур.

Медиапространство, как место социальных межкультурных взаимодействий, выработки информации и различных культурных

продуктов, в силу своей специфики объединяет все многообразие социокультурных явлений в единое культурное поле [1]. В результате чего раскрываются безграничные возможности трансляции культурного опыта, превращения продуктов культуры в мировое наследие.

Смешение принципиально различных культур, характеризуется потенциально высокой степенью конфликтности, а внедрение процесса межкультурной коммуникации в медиaprостранство делает эту проблему более острой, публичной, открытой для всех.

Проблема понимания и принятия чужой культуры всегда была острой. Якушкина в своей статье пишет, что по мнению американской исследовательницы С. Тинг-Туми, два различных менталитета, столкнувшись лицом к лицу, никогда не смогут понять позиций друг друга [2]. Американский психолог Триандис Г. К. в своем труде «Культура и социальное поведение» пишет, что «разобщенность в традициях и моделях поведения может привести к межкультурным конфликтам и культурному шоку» [3]. Соответственно, можно сделать вывод, что значимым основанием межкультурных конфликтов являются различные культурные нормы и ценности.

На увеличение количества конфликтов между различными культурами влияет одновременное действие таких факторов, как миграция и освещение действий различных культур в средствах массовой информации. Активная миграция вызывает перенасыщение уровня желаемого культурно-коммуникативного взаимодействия, которое и приводят к культурному конфликту при встрече представителей разных социокультурных пространств. Это связано с разностью образа жизни и ценностей, придерживаемых каждой из культур.

Также стоит учитывать тот факт, что все, о чем рассказывает СМИ, контролируется. Именно средства массовой информации в основном закладывают понимание нами других культур и на этой информации формируется и наше отношение к ним. Например, взять отношение русских к представителям мусульманской религии. В средствах массовой информации принято характеризовать ислам, как фанатичную религию, проповедующую насилие и подавляющую права женщин и детей, а также противоречащую идеям свободы и прав человека. Исламская политика же сравнивается с системой, связанной с политическим насилием и терроризмом. Именно проблема терроризма с представителями ислама является одной из главных причин негативного и настороженного отношения к мусульманам. У людей сформировалось мнение, что мусульмане – это агрессивные и безжалостные люди. Исходя из этого русские с бдительностью и недоверием относятся к большинству представителям мусульманства, а некоторые даже агрессивно настроены в

сторону мусульманской религии, из-за чего возникают межкультурные конфликты.

Но также не стоит забывать, что под воздействием масс-медиа нами формируется картина мира, которая не всегда правильно отражает действительность. В результате этого может сложиться ложная установка о других культурах и их действиях, что также может привести к конфликту между культурами.

Межкультурные конфликты негативно сказываются на жизнедеятельности и функционирования общества, делают его неустойчивым и активизируют трансформационные процессы во всех сферах жизни общества.

Однако межкультурные конфликты в медиапространстве имеют и положительные стороны. К положительным сторонам данного вопроса можно отнести взаимный интерес не только к своей культуре, стирание границ общения между представителями разных культур, деятельностное преодоление коммуникативных трудностей, кризисных и конфликтных ситуаций в общении с представителями другой культуры, формирование в процессе разрешения конфликта новых, более конструктивных форм общения.

Таким образом, межкультурные коммуникации в поле медиасферы имеют высокий уровень конфликтности, который определяется не только своеобразием социальных процессов в рамках культуры, но и спецификой феномена самой медиасферы. Межкультурная конфликтогенность имеет, как и отрицательные, так и положительные качества, позволяя развивать коммуникативный потенциал, улучшать способы и средства межкультурной коммуникации. Такое совершенствование коммуникации возможно, прежде всего, на основе приобщения и возвращения к универсальным общечеловеческим духовным ценностям. Путь к гармонии межкультурного взаимодействия между людьми и социальными группами возможен только через обращение к первичным, традиционным ценностям, общим для всех. Смещение акцента на традиционные, общие ценности может стать отправной точкой для формирования гармоничных отношений между представителями различных культур.

#### **Список использованных источников:**

1. Бегалинов А. С., Бегалинова К. К. Межкультурная коммуникация в контексте цифровизации и медиатизации // [Электронный ресурс] - Большая Евразия: Развитие, безопасность, сотрудничество. 2018. №1-2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnaya-kommunikatsiya-v-kontekste-tsifrovizatsii-i-mediatizatsii>

2. Якушкина Е. И. / Проблема межкультурного конфликта в современном мире//[Электронный ресурс] - Вестник ВГУ. Серия: Право.



2021. №1 (44). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-mezhkulturnogo-konflikta-v-sovremennom-mire>

3. Триандис Г. К./ Культура и социальное поведение/ М.: Форум, 2007. –136 с.

©Вяльчина Е.А., Чабиева Т.С., 2021

УДК 7.011.26

## ВЕРТИКАЛЬНОЕ ВИДЕО КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОСТИ

Жирнова С.И., Ваапова Н.Р.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Трансформация медиaproстранства и медиапотребления на сегодняшний день является одной из животрепещущих тем. Развитие интернета вместе с его технологическими возможностями обусловило такую востребованность.

Современное медиaproстранство стремительно развивается и изменяется, приобретая новые тенденции и подходы к созданию контента. Появление и широкое распространение социальных сетей обеспечило высокий скачок потребности пользователей в постоянном нахождении внутри информационного поля. Одним из наиболее востребованных на данный момент видов медиаконтента является видеоролик.

Стоит отметить, что подход к съемке ролика, технические характеристики видео и его задачи также изменились. Одной из причин таких изменений является популярность таких социальных сетей, как «Instagram» и «TikTok». Одноименные мобильные приложения, рассчитанные на пользователя смартфона, задали конкретную тенденцию – создание вертикального контента.

Разберемся в причинах выбора данного формата. Благодаря определенным факторам, таких как технические возможности съемочной техники, горизонтальная ориентация телевизора и киноэкранов, исторически сложилось, что вся видеосъемка традиционно производилась в горизонтальном формате. Это, в свою очередь, обусловило продолжение такого подхода к съемке. «Борьба с вертикальным экраном велась на протяжении веков» [1]. Таким образом, попытки изменить формат были еще задолго до появления этой тенденции в наше время.

Одна из основных причин выбора вертикального экрана – вертикальная ориентация современного смартфона. Очевидно, что самым удобным устройством для получения информации, просмотра контента и

одновременно его создания является смартфон. Это устройство основательно вошло в повседневную жизнь нынешнего человека. «Таким образом, мобильный контент характеризуют два основных параметра – упрощение и скорость подачи. Чем быстрее и понятнее вы сообщите аудитории какую-либо новость, тем выше вероятность, что она принесет вам необходимый трафик...» [2]. Введем понятие трафика – это объем привлекаемой аудитории на какой-либо ресурс в интернете. Таким образом, смартфон является ключевым элементом в современном медиaprостранстве.

Помимо популярности названного устройства, существуют также научные доказательства удобства вертикального экрана для потребления информации. «По способу восприятия зрителем для вертикального экрана характерны следующие отличительные черты: вертикальный экран увеличивает скорость считывания информации, так как у зрителя нет возможности сосредоточиться на посторонних объектах, которые почти неизбежно присутствуют при горизонтальном кадрировании; по этой же причине объект на вертикальном экране субъективно кажется ближе, чем тот же объект той же крупности на горизонтальном; увеличивается скорость субъективного восприятия темпоритма объекта в кадре, так как время горизонтального прохождения объекта через кадр уменьшается; при вертикальном кадрировании меняется соотношение масс, объект становится визуально легче» [3].

Становится очевидным вывод о том, что объект, расположенный не в горизонтальном кадре, а в вертикальном, доносит до зрителя гораздо большее количество информации. Соответственно, такой формат выгоднее для создателя контента, так как зритель больше в него вовлечен. Приобретенные объектом съемки с помощью помещения его в вертикальные рамки свойства создают возможность появления предпосылок массового распространения вертикального кадрирования медиаконтента, которое, по сути, уже произошло.

Нельзя не упомянуть и об удобстве вертикального контента с точки зрения механических действий пользователя при использовании смартфона. Как упоминалось ранее, устройство вертикально ориентировано, следовательно, поворачивать экран горизонтально при просмотре роликов, очевидно, не всегда удобно.

Вертикальное кадрирование развивается быстрыми темпами в видеопроизводстве благодаря взаимосвязи положения смартфона в руке пользователя с длительностью ролика. Устройство практически всегда находится в вертикальном положении, так как его интерфейс рассчитан на соответствующую ориентацию. «Все чаще мобильное устройство сегодня является единственной платформой для доступа пользователей в Интернет.

16 миллионов россиян в возрасте от 16 лет и старше (13,2%) пользуются Интернетом только на мобильных устройствах. Выше всего доля «только мобильных» пользователей – среди молодежи до 30 лет (18,4%), а также в сельской местности (16,4%)» [4].

Данная статистика позволяет сделать вывод о том, что компьютер постепенно устаревает как устройство для выхода в интернет и просмотра контента с помощью него. Следовательно, горизонтальная в большинстве случаев ориентация монитора уже не является весомой причиной создания горизонтально ориентированного контента. Мобильные устройства, такие как смартфон, занимают на данный момент лидирующие позиции среди потребителей в вопросе ежедневного пользования и просматривания какого-либо медиаконтента, в особенности видеороликов.

Появление вертикальных видеороликов напрямую связано, как сказано выше, с популярностью вертикально ориентированных для смартфона соцсетей и, собственно, главенствующей ролью смартфона среди устройств для выхода в интернет и просмотра тех самых роликов. «Стратегия, ориентированная на мобильные устройства, в значительной степени опирается на вертикальные видео и создание контента, который адаптируется под каждую платформу» [5].

Вертикальное видео популярно, поскольку максимально адаптировано под современного потребителя, отвечая его запросам. Благодаря этому вертикальное видео получает мощный зрительский охват и высокий показатель досматриваемости, что означает процент, показывающий, какое количество аудитории досмотрело ролик до конца.

Помимо выше сказанного, стоит отметить также тот факт, что вертикальное видео открывается на смартфоне в полный экран, что, очевидно, обуславливает вовлеченность зрителя в происходящее на экране, чего нельзя сказать о горизонтальном ролике, открывающемся на вертикальном экране полосой посередине. В таком случае большинство деталей упускаются и заинтересованность уменьшается. «Но как выяснили маркетологи, видео с вертикальной ориентацией получали больший охват, вовлеченность и досматриваемость по сравнению с «горизонтальными» размещениями» [6].

Таким образом, вертикальное видео на данный момент является наиболее востребованным и интересным форматом для пользователей сети, что обусловлено множеством влияющих на этот выбор факторов. Вместе с тем вертикальное кадрирование видеоролика является феноменом современности, поскольку многолетняя практика производства горизонтального видео утверждает свои позиции в медиапространстве с большим успехом. Вероятно, вертикальный контент, развиваясь теми же

темпами, в скором времени встанет наравне с традиционно горизонтальным.

**Список использованных источников:**

1. Коротько О.С., Акчалова И.Е. Статья «Вертикальное кино – неудачные поиски или чистый кинематограф?»/ Казахская национальная академия искусств им. Т. Жургенова, Алматы, 2016. – 2 с.

2. Коноплев Д.Э. Интернет-ресурс «Киберленинка». Статья «Закат десктопов: как мобильные платформы меняют медиа и их индустрию»./ Вестник Челябинского государственного университета, 2015. №5 (360).Филология. Искусствоведение. Вып. 94. – с.144

3. Оборотов П.Б., Корчагина Т.А. Интернет-ресурс «Киберленинка». Статья «Вертикальный экран. Неудачный эксперимент или неиспользованная возможность?»/ Санкт-Петербургский Гуманитарный университет Профсоюзов. – с.101

4. [Электронный ресурс]. Исследование GfK: «Проникновение Интернета в России». Москва, 2018. Режим доступа: <https://www.gfk.com/ru/press/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii-1>

5. [Электронный ресурс]. Статья «Вертикальные видео работают лучше горизонтальных? Мы потратили \$6000 на тесты, чтобы выяснить это», Брайан Петерс, команда «Buffer». Перевод Татьяны Пушкиной для «Convert Monster». Режим доступа: <https://convertmonster.ru/blog/marketing-blog/vertikalnye-video-rabotayut-luchshe-gorizontalnyh/>

6. [Электронный ресурс]. Глущенко Нина. Статья «Вертикальный мир: как возникло вертикальное видео и почему оно с нами надолго». Режим доступа: [https://gagadget.com/specials/samsung/the\\_sero/64304-vertikalnyij-mir-kak-vozniklo-vertikalnoe-video-i-pochemu-ono-s-nami-nadolgo/](https://gagadget.com/specials/samsung/the_sero/64304-vertikalnyij-mir-kak-vozniklo-vertikalnoe-video-i-pochemu-ono-s-nami-nadolgo/)

©Жирнова С.И., Вапова Н.Р., 2021

**УДК 004.588**

**ВЫБОР КОНЦЕПЦИИ ПРИМЕНЕНИЯ ИТ-ИНСТРУМЕНТАРИЯ  
ДЛЯ ГЕЙМИФИКАЦИИ СКВОЗНОГО ПРОЕКТНОГО ОБУЧЕНИЯ**

Плотников С.Б., Зарипов Е.А., Волчкова А.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «МИРЭА – Российский технологический университет», Москва*

В настоящее время уже ни у кого не вызывает сомнения тот факт, что использование компьютерных технологий в процессе обучения является эффективным средством интенсификации учебно-познавательной

деятельности учащихся. Однако система образования в высших учебных заведениях, осуществляя свою деятельность, сталкивается с рядом проблем, связанных с использованием различного рода ИТ-инструментариев. К их числу можно отнести недостаточное использование возможностей современных информационных технологий как в системе образования в целом, так и при организации образовательного процесса, а также отсутствие у значительной части педагогов мотивации к использованию цифровых образовательных ресурсов.

Направление, предлагаемые авторами настоящей статьи к рассмотрению, как пути решения вышеописанных проблем, позволяет понятие «Серьезные игры» – специально-созданные и подготовленные программы, схожие с «компьютерными играми», однако несущие в себе конкретную цель – повысить уровень подготовки специалистов.

Приобретаемый инновационный характер образовательного процесса связан прежде всего с изменением целей образования. Если раньше главной целью обучения было умение получать информацию и делать ее достоянием других людей, то сейчас одной из главных целей обучения является развитие практических навыков и саморазвитие личности учащегося путем умения применять полученные практические навыки.

Это естественно, так как использование компьютерных технологий позволяет решить одну из важнейших задач обучения специалистов: сделать процесс обучения более интересным и интенсифицированным.

Компьютерные игры, а именно их развитие в виде «Серьезных игр» могут быть использованы на разных этапах обучения и с различным дидактическим содержанием.

Однако, как и любое другое нововведение, здесь возникает целая проблема – насколько использование компьютерных технологий в формате «Серьезных игр» является полезным не только для студентов, но и для преподавателей.

В последнее время можно наблюдать рост интереса к использованию игр в образовательном процессе. Особенно это заметно в отношении образования с использованием игровых и мультимедийных технологий, компьютерных обучающих программ, игр.

На момент написания настоящей статьи все большее число людей, а именно новое поколение поступающих абитуриентов в университеты страны, испытывают значительный возросший интерес к видеоиграм, интернет ресурсам и современным инновационным средствам обучения, таким как VR, представление дисциплин в виде серьезных игр и т.д. Таким образом образуются вопросы: «Возможно ли использование тенденции развития интереса к игровой индустрии использовать в обучении ИТ-специалистов?», а вместе с ним и существование противоречия между

потребностями практики в компьютерных играх и отсутствием научно-обоснованной концепции относительно их использования в системе общего образования.

Авторами выделено три основных определения. Первое определение серьезных игр, которое базируется на определении геймификации: «использование элементов игрового дизайна в игровых контекстах» [1].

Второе определение раскладывает данное понятие как «процесс игрового мышления и игровой механики для вовлечения пользователей и решения проблем, встречающихся и необходимых к решению в игровом процессе» [2].

Третье, геймификация в обучении – использование игровых правил, используемых в современных онлайн-играх, для мотивации учащихся и достижения реальных образовательных целей в курсе изучения учебного предмета [3].

Хотя понятие «серьезных игр» по-настоящему никогда не использовалось, однако несет в себе связь со многими актуальными проблемами – постоянное использование компьютерных программ и видеоигр, необходимость поддерживать интерес к обучению для формирования специалистов высокого класса и повышение квалификации специалистов путем использования компьютерного инструментария.

Другими словами, главная цель геймификации и использования серьезных игр заключается в удержании пользователей, то есть игроков, в игре. С помощью компьютерной техники можно моделировать различные ситуации, использовать разнообразные методы для анализа ситуаций и принятия решений, осуществлять оптимальный выбор решений.

В настоящее время получение современного образования протекает вместе с ростом объема новой информации, которая как известно очень быстро устаревает. При том, что у студентов не хватает времени на приобретение необходимых полезно-ситуативных знаний, приобретение уже ранее полученных теряют свою актуальность.

Большое количество студентов использует разнообразные онлайн-сервисы, которые позволяют с помощью элемента геймификации получать знания, к примеру, программирование на различных языках: Coursera, Code Academy, edX, Codewars, Code.org, Dash General Assembly, Free Code Camp, Code Conquest, Hackr.io, Bento.io, Code Avengers. С помощью компьютерной техники создатели сервисов смоделировали различные ситуации, затрагивая разнообразные методы для анализа ситуаций и принятия решений, ставя пользователей в ситуацию выбора оптимального выбора решений.

Также необходимо отметить ряд неоспоримых достоинств, таких как:

возможность обучения «в обход» традиционному пассивному слушанию и запоминанию информации;

возможность выбора оптимальной стратегии обучения;

возможность выбора темпа обучения в соответствии с индивидуальными возможностями.

Хотя на момент написания статьи как никогда встает вопрос о модернизации или изменении системы преподавания, но в настоящее время система образования не имеет возможности в полной мере реализовать все свои функции в отношении рассмотрения применения «Серьезных игр». Сегодня уже никто не сомневается в правильности основных принципов модели устойчивого развития, но это требует разработки и реализации новых образовательных стратегий и технологий, отвечающих высоким требованиям современности.

В ходе обсуждения проблемы, авторы настоящей статьи пришли к выводу, что наиболее эффективным является использование ИТ-инструментария для игрофикации учебного процесса путем модернизации и добавления в учебный процесс «Серьезных игр». Исследуемое направление требует сбора статистики и последующего анализа материалов для объективной оценки возможности внедрения вышеописанных методов в дисциплины высших учебных заведений, направленных на обучение ИТ-специалистов.

**Список использованных источников:**

1. Rapti, K. Implementing alternative assessment methods through gamification / K.Rapti. – Seville ; Spain : ICERI2013 Proceedings 2013. – 255-262pp.

2. Zichermann, G. Gamification by Design - Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps / G. Zichermann, C. Cunningham. – USA, 2011. – 182 p.

3. Фазлыева Р.А. Использование компьютерных игр на уроке истории как способ повышения мотивации учащихся / Фазлыева Р.А. – Уфа, 2021. – 9 с.

**©Плотников С.Б., Зарипов Е.А., Волчкова А.С., 2021**

УДК 659.1.012

## **ВИРУСНАЯ РЕКЛАМА КАК ЭЛЕМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

Гасанова А.З., Зоткина М.С.

Научный руководитель Аржанова К.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления», Москва*

В эпоху компьютеризации высокие технологии становятся неотъемлемой частью жизни современного человека. Всемирная паутина начинает охватывать все сферы общественных отношений: происходит усиление влияния медиапространства на мировоззрение социума.

Реклама как социальный институт тоже не перестает развиваться и принимает все новшества, которые ей предоставляет современное общество. Вследствие этого процесса в настоящее время традиционная реклама начинает терять свою эффективность, становится надоедливой, утомительной и бессмысленной. Традиционные маркетинговые коммуникации устарели и больше не вызывают интереса у потребителей, поэтому брендам необходимо внедрять новые альтернативные методы привлечения внимания, которые будут иметь более действенные результаты в продвижении товаров и услуг. Именно таким методом и является вирусная реклама.

Вирусная реклама – одна из составляющих вирусного маркетинга, комплекса мероприятий и инструментов, направленных на продвижение бренда [1]. Она обладает особым механизмом, который можно назвать естественным. Его суть состоит в том, что распространение информации осуществляется непосредственно от одного человека к другому. Одной из особенностей такого механизма является добровольное желание потребителей (рис. 1). Люди «заражают» друг друга рекламной информацией, распространяя ее в качестве вируса в геометрической прогрессии. Благодаря такому принципу реклама получила свое название «вирусная реклама». Кроме того, вирусная реклама напрямую связана с Интернетом, поскольку сейчас брендам намного проще и эффективнее делиться различными данными и сведениями во Всемирной сети, чем через другие каналы коммуникации.



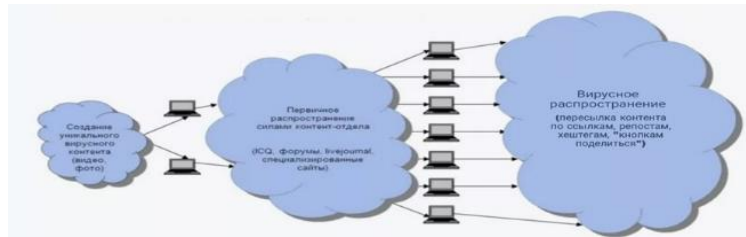


Рисунок 1 – Механизм распространения вирусной рекламы брендов в Интернете

По мнению маркетологов и самих брендов, вирусная реклама имеет отличительные (своеобразные) преимущества, которые выделяют ее среди других способов продвижения товаров в Интернете. Преимущества такой рекламы заключаются в следующем:

1. Нестандартный подход к идее. Идея вирусной рекламы является необычной и экстраординарной. Как правило, она вызывает «мозговой шторм» у человека, воздействуя на его сознание. Часто, всё оригинальное и необыкновенное сохраняется у людей в памяти на долгое время. Им нравится ощущать смешанные чувства от просмотра эксцентричной рекламы. Тем самым, у них возникает желание поделиться ей с другими, что способствует мгновенному распространению контента в Интернете.

2. Минимальные вложения. Вирусная реклама почти всегда является экономически выгодной, так как пользователи всемирной паутины самостоятельно передают информацию посредством коммуникации в интернет-сообществах и социальных сетях. Соответственно у брендов нет необходимости использовать иные методы и способы продвижения продуктов, которые обойдутся дороже, чем «вирусная рассылка».

3. Простота таргетинга. Процесс размещения рекламы в медиaprостранстве является простым и быстрым, что, несомненно, дает преимущество Интернету над другими каналами коммуникаций. В социальных сетях брендам легко размещать контент, делая его доступным для каждого пользователя, при помощи таких специальных стратегий, как хештег, «кнопка поделиться» и ссылки [2].

Тем самым, если бренды будут правильно использовать все преимущества вирусной рекламы, то можно ожидать, что рекламная кампания будет успешной. Эффективность вирусного маркетинга отражают следующие показатели:

- пользователи легко поняли и восприняли информацию;
- большая часть аудитории запомнила рекламное сообщение;
- значительный процент доли тех, кто перешел по ссылкам и хештегам, что показывает увеличение числа просмотров и прирост целевой аудитории;
- положительное упоминание бренда среди всех потребителей;

повышение рейтинга и популярности бренда на фоне других конкурентов [2].

Несмотря на все плюсы вирусной рекламы, не стоит не принимать во внимание ее недостатки:

1. Сложность регулирования потоков рекламной информации. У брендов нет возможности осуществлять контроль над передачей контента в Интернете, так как пользователи сети делятся им спонтанно. К тому же информация может быть искажена в процессе ее распространения.

2. Трудность восприятия. Не каждый человек может понять идею вирусной рекламы, потому что для некоторых людей она является чересчур эпатажной и провокационной. Тем более, у брендов в Интернете находится разная возрастная аудитория, которая склонна неодинаково воспринимать информацию и реагировать на нее.

3. Экономия денежных средств. Однако брендам не следует слишком экономить на вирусной рекламе, ее дизайне и идее, ведь в противном случае можно получить не тот результат, который был ожидаем. Из-за небольшого бюджета рекламного контента идея будет неправильно воплощена, что вызовет только негативные отзывы у потребителей [3].

Следовательно, брендам необходимо учитывать все недостатки и ошибки, чтобы не получить неудовлетворительный результат и увеличить эффективность рекламной кампании в будущем.

В качестве положительных примеров вирусной рекламной кампании можно рассмотреть кейсы некоторых компаний.

Первым из таких примеров является кейс фирмы Mars LLC. Забавный рекламный ролик M&M'S с известным американским актером Денни де Витто поразил своей непосредственностью, легкой подачей и оригинальным юмором пользователей социальных сетей и площадки YouTube [4]. Реклама шоколадного драже быстро набрала миллионы просмотров и стала вирусной. Итогом рекламной кампании было то, что целевая аудитория стала намного лояльнее относиться к фирме Mars LLC и продукция, показанная в вирусном ролике, распродалась за считанные дни.

Другим примером использования вирусного маркетинга можно назвать кейс производителя туалетной бумаги Charmin. Компания начала выкладывать в своем официальном аккаунте Twitter различные посты с хештегом #TweetFromTheSeat и неожиданно для себя сделала вирусную рекламную кампанию своего продукта. Похожие твиты сразу начали писать и сами пользователи приложения, поддержав марку Charmin. Тем самым, они создали некую «эпидемию» в Twitter'е и повысили продажу туалетной бумаги данного производителя.

Известные компании Билайн, Тинькофф-банк, Альфа-банк, IKEA, Теле2 идут в ногу со временем, следуя всем тенденциям и трендам

Интернета. Они были одними из первых на российском рынке, кто решил использовать интернет-мем в качестве инструмента вирусных рекламных коммуникаций. Таким мемом стал ленивый кот «Вжух» (рис. 2). Все эти компании, используя его в своих услугах и продуктах, принесли много позитива своей аудитории в Интернете и, кроме того, повысили себе авторитет, показав прогрессивность. Компании подшучивали друг над другом в социальных сетях, что вызывало еще большую волну восхищения интернет-пользователей.

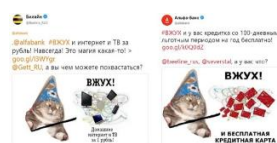


Рисунок 2 – Пример использования интернет-мема как элемент продвижения брендов в медиапространстве

Одновременно с успешными рекламными кампаниями существуют и неудачные примеры их реализации.

Неуспешной попыткой оказалась вирусная акция популярной американской компании Reebok International Limited. Компания явно совершила ошибку, думая, что один из слоганов проекта «Пересядь с иглы мужского одобрения на мужское лицо» взорвет Интернет и станет «вирусно» расходиться по социальным сетям. Пользователи не только не оценили акцию, но и попросили Reebok официально принести извинения за безнравственное высказывание. Как следствие, рекламная акция принесла лишь черный PR своим создателям, хотя и стала вирусной в Интернете.

В 2008 году производитель газированных напитков Dr Pepper, пользовавшийся лояльностью своей аудитории, решает пообещать всем фанатам рок-группы Gun N' Roses по одной банке газировки (главным условием был выпуск группой нового альбома после 14 лет отсутствия в музыкальном пространстве). Компания запустила акцию с бесплатными онлайн купонами в надежде, что они станут вирусными и быстро разлетятся среди интернет-пользователей. Однако она не ожидала скорого выхода альбома и в короткие сроки создала сайт для регистрации купонов, который не справился с колоссальным количеством фанатов рок-группы. В итоге люди не получили обещанную газировку, и репутация Dr Pepper была подорвана: производителю газированных напитков пришлось публично извиниться перед фанатами рок-группы Gun N' Roses.

К плюсам вирусного маркетинга можно отнести: самостоятельное распространение информации; минимальные затраты на внедрение информации; большее доверие своему окружению, чем традиционных СМИ [5, с. 34-35].

Таким образом, вирусная реклама – это отличный инструмент маркетинговых коммуникаций. Тем не менее, как показали примеры, приведенные выше, подобная реклама нуждается в грамотной реализации идей и точном планировании. Помимо этого, брендам необходимо правильно выстраивать обратную связь со своей аудиторией, не выходить за границы нравственности и быть готовыми к неоднозначной реакции потребителей, нести ответственность за результат. При верном подходе вирусная реклама в будущем продолжит развиваться и станет одним из основных и самых мощных методов продвижения товаров и услуг.

**Список использованных источников:**

1. Тетерина Е.А., Бородина Е.С. Эффективность вирусной рекламы в социальных медиа [Электронный ресурс] cyberleninka.ru. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-virusnoy-reklamy-v-sotsialnyh-media/viewer> (дата обращения 11.11.2021)

2. Учеваткин А.В., Смирнов В.Н. Вирусный маркетинг и его создание [Электронный ресурс] cyberleninka.ru. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/virusnyy-marketing-i-ego-sozdanie/viewer> (дата обращения 11.11.2021)

3. Чеховская С.А., Иванова В. М. Вирусный маркетинг [Электронный ресурс] cyberleninka.ru. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/virusnyy-marketing-1/viewer> (дата обращения 11.11.2021)

4. [Электронный ресурс] Youtube.com. – Режим доступа: (<https://www.youtube.com/watch?v=Uth5Vt6bc-M>)

5. Аржанова К.А., Довжик Г.В., Ионцева М.В. Современные PR-технологии продвижения компании / Журнал Компетентность / Competency (Russia). – 2020. – № 5. Стр. 30 – 36, DOI: 10.24411/1993-8780-2020-10505

©Гасанова А.З., Зоткина М.С., 2021

**УДК 159.9**

**ПРОЦЕСС УКОРЕНЕНИЯ ЗАИМСТВОВАННЫХ СЛОВ  
В ИНТЕРНЕТЕ**

Истомина С.П., Мельников Е.С.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В наши дни количество укоренившихся заимствованных слов в русском языке значительно возросло по сравнению с последними

десятилетиями двадцатого века. В основном они появляются из Интернета как одного из главных и крупнейших средств коммуникации в мире. Интернет-сленгизмы употребляются во всех его внутренних сферах (социальные сети, форумы, онлайн-игры и т.д.). Заимствования из выбранного языка-донора чаще всего встречаются в Интернет-сленге из-за большего количества иностранной информации в различных социальных сетях (instagram, vk, twitter и т.д.) на английском языке. Большая часть поп-культуры и новости касающиеся ее также в основном на английском языке. Поэтому интернет-пользователи чаще всего видят английский язык либо читая информацию в оригинале, либо видя оригинальное сообщение в качестве подтверждения какой-либо новости [1]. Однако при разговоре о заимствованиях в русском языке нельзя не проявить интерес и к тому, откуда эти слова пришли, как давно появились, из-за чего стали популярны.

Давайте рассмотрим несколько примеров подобных слов.

Термин «абьюз» заимствован из английского языка лишь в конце XX века, но уже на сегодняшний день в социальной сети инстаграм-хештег «абьюз» набрал около семидесяти тысяч использования, а также более шестидесяти сообществ существуют в социальной сети «ВКонтакте», в наименовании которых есть неологизм «абьюз». Почему же популяризировалось это слово?

«Abuse» в переводе с английского означает злоупотребление, брань, ругань. То есть, используя в русском языке это слово, мы описываем человека, который оскорбляет других, давит на них, причиняет дискомфорт, злоупотребляет доверием. Данное слово может употребляться применительно как к мужчине, так и к женщине. В обоих случаях подразумевается, что один партнер страдает от другого, полагая, что это нормальные межличностные отношения. Именно поэтому термин «абьюз» укоренился в нашем языке. Общество уже длительное время доказывает, что подобные отношения носят весьма нездоровый и даже откровенно деструктивный характер.

Есть несколько теорий внедрения этого слова в наш лексикон.

Одна из них гласит, что в последнее время «абьюз» стал особенно известен благодаря теме домашнего насилия, широко обсуждаемой в обществе. В фильмах и на телевидении активно используется словосочетание «жертва домашнего насилия». Например, женщина, страдающая от мужчины-агрессора, который морально и физически издевается над своей женой, рассматривается как жертва абьюзера. Этот термин уже звучит в Российских книгах, к примеру в 2020 году журналистка и лауреат премии Pussy Riot «нет насилию» Диана Садреева выпустила книгу «Ты не виновата» с припиской «Почему домашнее

насилие – это не про любовь». По словам читателей одна из самых топовых частей книги называется: «Как понять, что в отношениях есть абьюз» (здесь и про мифы о домашнем насилии, и о видах и циклах насилия).

Есть также другая теория активного использования этого англицизма. Она подразумевает вариант укоренения слова как одним из самых популярных терминов из феминистических сообществ, где активно используется достаточно специфическая лексика. Для движения создается целый терминологический аппарат – как правило, заимствования из английского языка. Они упоминают мужчину-агрессора, называя его абьюзером, потому что он применяет эмоциональное и физическое насилие, направленное на женщину.

В большинстве своем жаргонизм «абьюз» развил такую популярность из-за темы отношений между мужчиной и женщиной, но также его употребляют в качестве описания человека, который считает себя лучше других и отрицательно влияет на людей, находящихся рядом.

Под этот процесс подходит и другое активно используемое слово в интернете как «токсик». Прилагательное toxic определяется как «токсичный», «ядовитый» и впервые появилось в английском языке в середине XVII века от средневекового латинского toxicus, что означает «отравленный» или «пропитанный ядом». Джон Марк Грин утверждал: «Токсичные люди прикрепляются как шлакоблоки, привязанные к вашим лодыжкам, а затем приглашают вас поплавать в их отравленных водах» [2]. В русифицированной версии «токсик» – это вредный, «душный» человек.

На данный момент русифицированная версия имеет больше пяти тысяч упоминаний в социальной сети instagram, а так же существует уже около трехсот сообществ ВКонтакте, использующих слово «токсик» или его производные. Рассмотрим несколько самых известных словосочетаний, звучащих в интернете – «токсичная среда», «токсичные отношения», «токсичный юмор», «токсичные шутки». Конечно, эти фразы интуитивно понятны каждому, так как в последнее время стали особенно часто говорить о людях, которые пытаются своими словами, поступками и даже мимикой отравить жизнь других. Еще так называют человека, который намеренно раздражает собеседника, пытается вывести его из равновесия, спровоцировать на конфликт. Термин может использоваться не только в отношении конкретного человека, но и передавать «дух и настроение» обстановки вокруг или какого-то другого более широкого понятия. К примеру, этот год отношений можно по праву назвать «токсичным». В соцсетях «токсиками» называют людей, оставляющих негативные комментарии и непрошенные советы под постами других пользователей.

В бизнесе применимо слово «токсик». «Так обозначают какие-то вложения, активы. Toxic assets – это те активы, которые ничего, кроме неприятностей, вам не принесут» – говорил Виктор Майклсон, глава группы «Коммуникатор» [3].

На языке геймеров слово «токсик» используется в отношении игрока, которому нравится создавать условия для проигрыша своей команды, подставлять своих союзников, оскорблять или писать бессмысленные сообщения в игровом чате и тому подобное [4].

Еще в 2004 году была выпущена песня «Toxic» американской певицы Бритни Спирс. В песни она использует слова «You're toxic», подразумевая, что человек плохо на нее влияет, но она хочет быть отравленной любовью. Эта песня так же стала популярной в России, на просторах интернета даже весит петиция сделать песню Britney Spears гимном России. Хотя петиция не увенчалась успехом, песня, как и термин «токсик» не теряет своей популярности и продолжает широко использоваться в интернете и в реальной жизни.

Как вы уже могли заметить, в последнее время на передний план выходят новые слова и значения, связанные с психотравмой и психологической защитой. Кроме англицизма «токсичный» («токсичные родители», «токсичные отношения») есть еще и «газлайтинг», которое пошло от названия старого фильма «Газовый свет» 1944 года по пьесе Патрика Гамильтона. В нем муж намеренно сводил жену с ума, заставляя ее поверить в собственную неадекватность [5].

После этого фильма нарциссическую личность стали называть словом «газлайтинг». В современных интерпретациях «газлайтинг» – это когда человека намеренно сводят с ума, путая аргументы, убеждая в том, что его представления не совпадают с объективной реальностью. А также в книге «У него ко мне был Нью-Йорк» автора Аси Долиной используется англицизм «И вот он, газлайтинг. Она в панической атаке, а в спину ее догоняет эсэмэс: «Чего ты опять истеришь?!» [5].

Доктор философии Робин Стерн заметила: «Один из первых шагов в освобождении от отношений с газлайтингом – признать, насколько неприятным и обидным вы находите этот эмоциональный апокалипсис» [6].

Также популяризировался этот термин среди феминистических сообществ против людей, придерживающихся более традиционных взглядов.

Несмотря на то, что слово «газлайтинг» звучало в американском фильме в 1944 году, оно активно применяется в России в наши дни, например, в сети инстаграм хештег с этим термином употребился около

одиннадцати тысяч раз, не говоря уже о ютубе, где видео, в которых используется слово «газлайтинг» набирают по полмиллиона просмотров.

Подводя итоги, можно сказать, что англицизмы, такие как «абьюз», «токсик», «газлайтинг», прочно укоренились в нашей жизни. Они активно используются в интернете благодаря актуальным проблемам взаимоотношений между людьми в обществе.

**Список использованных источников:**

1. Майорова С. Заимствование интернет-сленга в русском языке. Официальный сайт МПГУ. Режим доступа: [https://wiki.mgpu.ru/index.php/Заимствование\\_интернет-сленга\\_в\\_русском\\_языке](https://wiki.mgpu.ru/index.php/Заимствование_интернет-сленга_в_русском_языке) (дата обращения: 11.11.21)

2. 120 токсичных цитат. Электронный ресурс «BMWmarine». Режим доступа: <https://ru.bmwmarine.net/120-toxic-people-quotes-help-you-set-boundaries> (дата обращения: 11.11.21)

3. Слово 2018 года – toxic. Электронный журнал «ВФМ». Режим доступа: <https://www.bfm.ru/news/399766> (дата обращения: 12.11.21)

4. Словарь молодежного сленга: что такое токсик. Электронный журнал «BeautyHub». Режим доступа: <https://bhub.com.ua/slovar-molodezhnogo-slenga-chto-takoe-toksik> (дата обращения: 10.11.21)

5. «Вкусный текст», «токсик» и «вот это вот все»: как в русском языке появляются неологизмы. Официальный сайт издательства АСТ. Режим доступа: <https://ast.ru/news/vkusnyu-tekst-toksik-i-vot-eto-vot-vse-kak-v-russkom-yazyke-royavlyayutsya-neologizmu> (дата обращения: 11.11.21)

6. Робин Стерн. Скрытые манипуляции для управления твоей жизнью. – СПб: Питер, 2020. – С.24.

©Истомина С.П., Мельников Е.С., 2021

**УДК 8.81**

**РЕШЕНИЯ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ РИСКОВ  
МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ  
ПО ПРИЧИНЕ ЗАИМСТВОВАНИЙ СЛОВ**

Кирющенко Е.А., Мельников Е.С.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Ни для кого не секрет, что современный русский язык – достаточно живой организм. Один из наиболее активных процессов его развития – заимствование слов другого языка. Однако это может стать основанием



неточного восприятия смысла, что представляет собой риск коммуникации.

Среди причин искажённого восприятия можно назвать несколько:

1. Опора при их понимании на уже знакомые, обычно ранее заимствованные слова или слова, содержащие заимствованный корень. Например, полагаясь на элементарные знания другого языка и восстанавливая внутреннюю форму слова, мы можем счесть букмекера «создателем книги», «работником печати» или нечто подобным, в то время как настоящее значение этого слова – «тот, кто принимает денежные ставки при игре в тотализатор» [1].

2. Активное употребление в речи, в том числе в публицистике, лексики из других сфер:

компьютерной лексики (профессионализмов, терминов, жаргонизмов) и специальных слов, относящихся к технике, прочно вошедшей в современную жизнь (гаджет, девайс, айпад и др.). Такие заимствования чаще приводят к возникновению непонимания смысла речи именно возрастной аудиторией;

употребление экономической лексики другой группой слов, вызывающих риск непонимания, часто встречающаяся в современной публицистике, в выступлениях государственных чиновников: аутсорсинг, кластер, агломерация, рекрутер и многие другие.

современная культура (перформанс, инсталляция, флэшмоб, байотик, скриншот, спойлер, буктрейлер), новинки предметов бытового употребления (спонж, коастер, мультипак), разумеется, сфера моды (лук, принт, лоферы, аутлет) и гастрономии (снэк-бар, слайсы, лонгеры), подвергшиеся заимствованиям также непонятны массовому носителю языка, чего часто не учитывают журналисты, даже работающие на центральных телевизионных каналах, например, пара устраивала вечеринку в своём лофте (Россия 24-25.09.2013); Лоукостер России не полетит, если не гармонизировать отношения (НТВ, 05.10.2013);

виды спорта (дартс, кёрлинг, армрестлинг, джиббинг и др.), которые вызывают даже затруднения в произношении: от футбола до пейнтбола и слэклайна – выговорить невозможно, повторить ещё труднее... («В центре событий», ТВЦ, 08.09.2013).

Это далеко не все сферы, подверженные употреблению заимствованных слов. Здесь выделены те, которые чаще всего находят употребление в СМИ и рекламных текстах, а поэтому обычно бывают объектом критики, вопросов, различных дискуссий.

3. Непонятыми или приблизительно понимаемыми благодаря контексту могут быть иноязычные слова, употребление которых не столь распространено и, по-видимому, связано со стилистическими

особенностями текста. Они отсутствуют в словарях, т.к. не являются заимствованными русским языком (мем, комьюнити).

4. Модные слова, к числу которых, несомненно, относится слово **брутальный**, вызывают множество вопросов, если употребляются без четко выраженного контекста. Это слово может быть отнесено как к внешности человека или животного, так и к неодушевлённому предмету, например, автомобилю в рекламных текстах. Естественное для жизни слова в языке расширение сочетаемости не всегда воспринимается как мотивированное применительно к недавнему заимствованию, например, здание выходит двумя большими, я бы сказал, брутальными, выступами на набережную (Речь искусствоведа в фильме о Дж. Кваренги – Россия Культура, 25.09.2013).

5. Психологическое отторжение иноязычных слов, дублирующих по смыслу русские, также служат риском коммуникации и меняют содержание текста на совершенно противоположное.

Среди таких слов выделяются популярные в наше время и связанные с индустрией моды: **лук** – вид в определённом наряде и **принт** – рисунок на одежде. Употребление второго слова кажется более целесообразным в силу большей степени специализации его значения: рисунок именно на одежде.

Неуместным часто, кажется, употребление слова **икона**, связанного с сакральными смыслами в русском национальном сознании, в словосочетании **икона стиля**. В современном русском языке слово **икона** или **иконка** существует также в специальном употреблении: **информ. «пиктограмма, обозначающая доступный пользователю объект...»** [3], имеющем английское происхождение, где **icon**, прежде всего, означает «рисунок, изображение». Массовый носитель языка может не знать этого значения, но при условии постоянного расширения круга пользователей компьютерной техники такого рода заимствования поддерживают употребление слова **икона** в нерелигиозном значении.

Для того чтобы устранить риски коммуникации массовых слоев населения, в таких случаях, необходимо принимать меры, корректирующие речь в СМИ, тем самым устраняя сами причины искаженного восприятия, не доводя их до необратимых последствий.

Учитывая причины, которые были перечислены выше, свидетельствующие о непонимании массовым адресатом недавних заимствований и тем более иноязычных вкраплений (грань между которыми не всегда четко выделена), журналисты должны в своей работе уделять внимание пояснениям, уточнениям значений употребляемых слов, потенциально вызывающих затруднения в их понимании.

Хотя порой целесообразность самого использования некоторых иноязычных слов, даже пояснённых журналистом (в следующем случае весьма неудачно), вызывает сомнение: «Они были трансэксторами, т.е. людьми, задающими мнение» (Россия-24, 20.09.2013).

В передачах, имеющих форму диалога, очень важно, чтобы непонятное массовому адресату слово было услышано журналистом и пояснено по инициативе журналиста или им самим. Такой стратегии часто придерживаются в передачах, где невозможно обойтись без употребления терминологической лексики специалистами различных сфер. То же может касаться и недавних заимствований или иноязычных вкраплений.

При существовании видеоряда, или «картинки», на телевидении, значение нового слова может быть объяснено изображением. Лучше, если изображение сопровождается достаточным для понимания нового слова контекстом.

Важно, что два фактора – соотнесённость с уже знакомыми словами (узнаваемость морфемной структуры, тем более понимание внутренней формы) и текстовая подсказка (не только контекст, но и объяснение значения в тексте) – в наибольшей степени обеспечивают адекватное восприятие слова.

Необходимо в публицистическом тексте объяснять массовому читателю, людям разного возраста, образования и интересов слова, наиболее привычные для молодых пользователей Интернета, т.е. ориентироваться на целевую предполагаемую аудиторию, охватывая наибольший возможный круг.

Вероятно, такие способы помогут улучшить восприятие текста, потребляемого зрителем или читателем. Они позволят наиболее подробно разобраться в теме, освещаемой ситуации, не вызывая никаких недопониманий, казусных моментов и не вводя в заблуждение.

#### **Список использованных источников:**

1. Крысин Л. П. Иллюстрированный толковый словарь иностранных слов. – М.: ЭКСМО, 2011. 864 с.
2. Сиротина О.Б. Русский язык: система, узус и создаваемые ими риски. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2013. 116 с.
3. Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г. Н. Скляревской. – М. : ЭКСМО, 2006. 1136 с.

**©Кирющенко Е.А., Мельников Е.С., 2021**

УДК 070:316.772.5, 791.43.03

## ФОРМИРОВАНИЕ ГИБРИДНЫХ ФОРМАТОВ МЕДИАПРОДУКТА: СКРИНЛАЙФ-БУКТРЕЙЛЕР

Губанова Г.И., Куборская Д.А.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Особенности формирования нового языка медиапродуктов основаны на развитии цифровых технологий и становлении сектора социального общения в медиа. «Сегодня можно заключить, что с помощью самых «продвинутых» искусств, активных экспериментов в сферах пара- и протовиртуальности интенсивно нарабатывается новый эстетический опыт, переформируются менталитет и структуры восприятия современного реципиента, ориентированные на полноценное принятие виртуальной реальности в качестве эстетического феномена ближайшего будущего» [1, с. 47].

В данной статье дается обоснование особенностей нового языка экранных искусств скринлайф и возможности гибридизации новых форматов в медиасфере. Теоретические выводы дополняются результатами апробации предложенных подходов. Обзор медиасферы показывает, что данные подходы не использовались ранее в практике.

Важным фактором развития нового языка и его внедрения в творческие процессы можно назвать и особенности социального общения, вызванные ограничениями в период коронавируса. Они дополнительно стимулируют опосредованное компьютерное общение, что позволяет выделить такие новые сценарные структуры как драматургия сетевого общения. Как отметил М.А. Кронгауз: «Пандемия и связанный с ней карантин занимают сравнительно небольшое время – заведомо меньше года, – но по влиянию на жизнь, язык и коммуникацию это фактически отдельная эпоха» [2, с. 736].

Изобретение жанра скринлайф приписывают российскому режиссеру Тимуру Бекмамбетову: «Экранная жизнь становится неотъемлемой частью современного общества, и Тимур Бекмамбетов, обладая тонким чутьем на современные тенденции кинематографа, одним из первых осознал, что прием «screenlife» предполагает долгосрочное существование в обществе и в искусстве» [3, с. 112].

Отличительная особенность формата скринлайф заключается в том, что все действие ленты разворачивается на экране гаджетов. Рабочий стол компьютера, папки и файлы, сообщения в социальных сетях, файлы из

поиска в интернете, материалы с камер наблюдения, если они транслировались в сеть, когда зритель видит персонажа со стороны, переписка, видео-беседа с другими героями – все это создает мелькающий и сложно структурированный материал сетевой драматургии. Данный жанр наглядно отражает тенденции современного общества, для которого виртуальная жизнь становится важным фактором социализации.

Скринлайф как новый формат экранного искусства основан на такой особенности нашей повседневности как опосредованное восприятие, что отмечено ранее: «Опосредованное восприятие, удвоение, зеркальность и двойная репрезентация возникают, когда образ реальности – это нечто, воспринимаемое через гаджеты» [4, с. 292]. В рамках данного формата можно реализовать идеи, которые трудно осуществить в классическом кинематографе, например, показать ход мыслей героя, его сомнения, страхи и интересы.

По нашему мнению, именно ризомное построение структуры, выявленное в трудах Делеза и Гваттари, и характерное для самого гипертекста в виртуальной реальности, становится в скринлайфе структурной особенностью драматургии. Выявленные исследователями «принцип множественности» [5, с. 883] и другие особенности ризомной структуры проявляются в языке скринлайф. Нелинейные модели, раскрывающие суть ризоморфных связей, подчеркивают диалогичность.

Отсутствие бинарных векторов, организующих линейное развитие драматургии, позволяют передать принципы многосложной повседневности в живом пульсирующем лабиринте сетевых диалогов, создающих новый тип драматургии.

Стерефонический эффект, многоголосье, одновременность, временная разорванность и многие другие характеристики структурируют драматургическую особенность формата скринлайф, подобно драматургии потока сознания, освоенной литературой XX века.

Применение этих принципов в формате буктрейлера может позволить передать сущность литературного произведения, репрезентированного современным сознанием. Раскрытие особенностей авторского видения в романах, основанных на диалогичности, может обеспечить новое звучание классической прозы с помощью данного формата. Создание скринлайф-буктрейлера, отсутствующего на данный момент в медиасфере, экспериментально осваивает новые подходы.

В рамках данного исследования был проведен период предпроизводства (препродакшн) буктрейлера в жанре скринлайф. В основу драматургии ролика лег роман «Идиот» Ф.М. Достоевского, творчество которого наиболее близко к эпистолярному жанру. Главная идея создания подобного ролика заключается в попытке переосмысления классического

произведения в тенденциях современного мира к 200-летию со дня рождения писателя.

В своем романе Ф.М. Достоевский исследовал человеческую сущность, внедрив в социальную среду своих персонажей такого высоконравственного героя как князь Мышкин. Актуальность такого исследования сохранилась и до наших дней, потому что социум хоть и видоизменяется, но при этом сохраняет многие паттерны поведения и восприятия. Этим обуславливается идея переосмысления данного произведения в наше время. Использование жанра скринлайф подходит для реализации данной задачи и открывает новые возможности раскрытия персонажа. Особенности драматургии нового формата кино позволяют зрителю проникнуть в сознание героя и его приватную жизнь. В рамках формата можно более детально показать психологические переживания, потому что данные с экрана компьютера могут сказать о внутреннем мире человека больше, чем классические приемы кино.

Множественность связей князя Мышкина с другими персонажами романа и напряженность их отношений обосновывает полифоническую структуру драматургии скринлайфа. Чтобы показать взаимоотношения героев, создаются их аккаунты в социальных сетях и их мобильные, где они переписываются или общаются в видеоформате. Таким образом действие как бы переносится в наше время.

Характерной особенностью скринлайфа является то, что история рассказывается обычно от первого лица, но в случае с Ф.М. Достоевским существует необходимость включения автора в повествование. Это обосновывается тем, что сам писатель связывал себя с главным героем романа, присваивая ему свои черты. По замыслу ролика прием включения автора работает на визуальном уровне. Сначала показывается компьютер Достоевского, где он пишет заметки, а затем сохраняет их под названием романа. Причем шрифт выбран в каллиграфическом стиле в соответствии с черновиками Достоевского, подчеркивающий мнимую рукописную работу. Потом Федор Михайлович заходит в Инстаграм под своим именем, но затем меняет аккаунт на аккаунт князя Мышкина. Таким образом зритель как бы видит перевоплощение автора в героя. Теперь голос Мышкина является также голосом автора, что характеризует диалогичность произведения, согласно исследованиям М.М. Бахтина.

Достоевский называл Мышкина художником почерка или артистом, так как он мог выразить характер человека. Сам Достоевский писал свои черновики разным почерком, в характере каждого произведения.

Помимо переписок героев, изобразительный ряд буктрейлера включает в себя и символы. Например, в профиле одного из героев появляется картина «Мертвый Христос во гробу» Гольбейна, которая

является ключевой для романа. А на аватаре самого Мышкина стоит изображение осла, с которым герой себя сравнивал. Музыка как лейтмотив ролика появляется в нем благодаря самому автору, который сначала включает ее фоном.

Подобный скринлайф-буктрейлер может привлечь к себе внимание представителей молодого поколения, потому что будет повествовать историю на языке близкому к их пониманию. А неординарность визуальных и драматургических решений может вызвать интерес и более взрослых социальных групп.

С производственной части создание скринлайф-буктрейлера не требует больших финансовых затрат. По времени на производство одного ролика уходит немного времени, что тоже выгодно выделяет скринлайф как жанр кино от других.

Таким образом, можно сделать выводы, что выявление ризомной структуры в драматургии скринлайф дает обоснование особенностям драматургии сетевых диалогов. Гибридное сочетание принципов скринлайф и формата буктрейлера может позволить создать новый формат скринлайф-буктрейлер, что повысит эффективность буктрейлера как мотивационного материала за счет креативности его формы, особенно в случае, если литературный текст включает диалогичность как особенность повествования.

#### **Список использованных источников:**

1. В.В. Бычков, Н.Б. Маньковская. Виртуальная реальность как феномен современного искусства//Эстетика: Вчера. Сегодня. Всегда. Вып. 2. М.: ИФ РАН, 2006. С.47 – 59.
2. Кронгауз М.А. Screenlife в эпоху карантина//Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 4. С. 735 –744.
3. Божеева А.М., Мухтаров А.Р., Куканов И.М.//Текст как выразительное средство в современном кинематографе. 2021. С.107 –121.
4. Скребцова Н.А., Губанова Г.И. формирование нового языка экранного искусства в медиaprостранстве (скринлайф)//Материалы Всероссийской конференции молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации «Социальный инженер-2020». С.291 – 296.
5. Грицанов А.А., Абушенко В.Л. //История философии. Энциклопедия. Минск, 2002, С.883 – 887.

©Губанова Г.И., Куборская Д.А., 2021

УДК 7.79

## ЭВОЛЮЦИЯ МОНТАЖА КАК ПРИЁМА ПЕРЕДАЧИ ВИЗУАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Мазанова Д.М., Мельников Е.С.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Всем известно, что современный человек ежедневно поглощает, анализирует и отражает в памяти огромное количество визуальной информации из различных источников СМИ (согласно книге «Brain rules», написанной Джоном Медина, ведущим американским специалистом по молекулярной биологии, человеческий мозг на 65% дольше хранит информацию, считываемую глазом, нежели другими органами чувств [1]). Однако мало кто задумывается над длительностью процесса создания наблюдаемого контента. Рассмотрим, какие стадии обработки должна преодолеть идея для формирования в виде готового медиапродукта.

Каждый элемент экранного творчества проходит несколько этапов производства:

1. Препродакшн (с англ. pre production – предпроизводство) – процесс подготовки идеи, формирование единой концепции, создание и проработка технического задания, сценария, сметы, иногда представление будущего результата в черновых раскадровках.

2. Продакшн – стадия непосредственного производства: съемочный процесс, проверка материала на наличие брака, черновая обработка.

3. Постпродакшн – самый молодой всех этапов, его основная роль – обработка отснятого материала в специализированных программах, помощь зрителю в восприятии транслируемой информации посредством видео- и аудиоэффектов. То есть на данной стадии видеографы прибегают к приему монтажа, в свое время включающий саунд дизайн, моушн дизайн, цветокоррекцию.

В современном мире, ни одно произведение экранного творчества не обходится без завершающего этапа производства, так как монтаж – прием, позволяющий концентрировать внимание зрителя на необходимом объекте

Понятие «монтаж», не всегда было настолько «ёмким». На начальном этапе люди называли монтажом два склеенных между собой куски пленки. Постепенно развиваясь, кинематограф внес правки в общественное понимание наполнения термина. Создателем монтажа как приема передачи визуальной информации можно считать Жоржа Мельеса, человека, который впервые представил на экране ускоренное и



замедленное движение, достигнув эффекта с помощью разницы в скорости прокрутки движения ручки аппарата.

В двадцатых годах двадцатого века новаторами стали С. Эйзенштейн и В. Шкловский, предложив совершенно иную концепцию восприятия монтажа. Режиссеры считали, что он свойственен не только кинематографу, но и всему искусству в целом. Так появилось мнение о том, что монтаж – это родовое свойство творческого мышления.

Кроме того, С.Ш. Эйзенштейн создал сопоставление кадров по их подавляющему признаку. Каноничным, в его понимании, являлся монтаж по доминантам (метрический, ритмический, тональный, обертоновый, интеллектуальный), то есть какой-либо признак объекта должен был возрастать или убывать с каждой склейкой, имея при этом завязку, перипетию, кульминацию, остановку, поворот, развязку. В то же время С.Ш. Эйзенштейн открыл и такое явление, как монтаж «аттракционов», суть которого заключалась в том, чтобы у зрителя в ходе умственно-эмоциональной деятельности после просмотренной на экране информации получилось осознать скрытый смысл, на который намекал ему автор картины. Оба приема применяются в экранном творчестве и по сей день.

Еще одним доказательством того, что монтаж – прием, с помощью которого автор играет вниманием зрителя, послужил известный эксперимент Л. Кулешова: кинорежиссер продемонстрировал трем разным людям определенный ряд кадров. В зависимости от наполнения последующего плана, предыдущий приобретал непохожий на результаты другой последовательности, уникальный смысл. Подобный феномен в истории монтажа назван «Эффектом Кулешова». Однако самым главным вкладом режиссера в развитие данного приема передачи визуальной информации, было создание 10 известных всему миру принципов монтажа, которые позволяют делать медиапродукт удобным и максимально комфортным для восприятия информации глазом.

Приведём пример нескольких из них:

1. Монтаж по крупности – состыковка соседних кадров через план.
2. Монтаж по ориентации в пространстве – линия взаимодействия действующих лиц в кадре не должна быть пересеченной.
3. Монтаж по направлению движения – вектор движения объекта не может меняться по отношению к вертикали стыка кадров.
4. Монтаж по фазе движения – каждый переход объекта из кадра в кадр должен быть обоснованным текстом или действием и т.д.

К сожалению, не во все времена на стороне монтажного экранного искусства находилось большинство. Таковыми стали периоды 1938-1939 и 1960-х годов. В первом промежутке времени на пике популярности оказалось звуковое кино, возникла новая эстетика, оттолкнувшая

современников от монтажа. В 60-е людям хотелось приблизиться к максимально реальному отображению действительности, стремление к объективности в искусстве также негативно повлияло на эволюцию монтажа.

На сегодняшний же день, с развитием и глобальным распространением визуального контента, возрастает конкуренция между различными компаниями, стремящимися завладеть вниманием покупателей. Как доказало время и опыт, монтаж действительно способен оказать влияние на сознание и восприятие зрителя, поэтому, в эпоху конкурентного рынка, экранное искусство, а конкретно рекламные ролики, агитационные кампании, клипы, телеэфиры, шоу-программы и т.д. наполнены различными приемами монтажа, которые человечество нарабатывало в течение двух столетий. Сравнительно новыми векторами развития данного приема передачи визуальной информации стали: моушн дизайн – создание анимационной графики для облегчения восприятия глазом различных сведений об объекте, монтаж 3d-графики, используемый чаще всего в индустрии видеоигр, а также цветокоррекция, возникшая в начале нулевых с переходом на цветной формат вещания.

Появление новейших направлений свидетельствует о том, что этап, на котором сегодня находится монтаж, не является его апогеем – это лишь один из многочисленных периодов его эволюции. Что ожидает нас в будущем? На этот вопрос в своей статье «Эволюция монтажных принципов в художественном кино: эстетический аспект» попыталась ответить кандидат наук С.А. Фунтикова. Ещё в 2011 году автор предположила, что одним из главных векторов развития станет внутрикадровый монтаж, незаметный для глаз зрителя [3]. Ее гипотеза была подтверждена выходом фильма «1917». Картина заинтересовала множество людей, ведь, по слухам, была снята «одним планом». Склейки в фильме присутствуют, однако они сделаны настолько профессионально и качественно, что создается ощущение полноты и непрерывности видеоряда.

Таким образом, делая прогноз на основе материала статьи, мы можем предположить, что в будущем монтаж приобретёт более скрытые черты, потому как мода циклична, за кульминацией следует спад. Общество устанет от обилия различных графических эффектов, анимаций, инфографики, которые сейчас служат инструментами в руках умелых маркетологов. Остается только догадываться, как данный прием экранного творчества будет совершенствоваться и приспособливаться к все более требовательным запросам потребителей – вернется ли он к истокам (простым склейкам) или сможет усложниться ради достижения максимальной простоты в передаче информации.

**Список использованных источников:**

1. Джон Медина. Правила мозга. Что стоит знать о мозге вам и вашим детям. М.: Миф, 2014. – С.4.
2. А.Г. Соколов. Монтаж. Телевидение. Кино. – М.: Дворников, 2000. – С.140
3. С.А. Фунтикова. Эволюция монтажных принципов в художественном кино: эстетический аспект. Электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-montazhnyh-printsipov-v-hudozhestvennom-kino-esteticheskiy-aspekt/viewer> (дата обращения: 15.11.21)

©Мазанова Д.М., Мельников Е.С., 2021

**УДК 070:004.928**

**ТРЕНД ЯРКОСТИ В АНИМАЦИОННЫХ ПРОМО РОЛИКАХ**

Губанова Г.И., Мигаль Ю.А.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Технический прогресс начал своё стремительное развитие с началом цифровой эры, вместе с ним выросли и возможности в создании анимации. «Все лучшие анимационные проекты...говорят об актуальности аниматографа» [1, с. 146]. Современное создание анимации – это сложный художественно-технологический процесс. Инновационные возможности рождают новую выразительность и новые эстетические предпочтения зрительской аудитории. Если раньше возможности были очень ограничены, так как язык анимации, в первую очередь, зависит от технических возможностей, то сейчас процесс создания анимации ограничен только материальными и идейными ресурсами.

В данной статье разрабатываются подходы к использованию феномена яркости в видеопродукции. Задачей статьи является выявление эффективных подходов к созданию анимационного промо ролика с использованием такого выразительного средства как яркость, организованного как техническими средствами, так и свето-цветовым решением.

Дефиниция термина яркость подвижна. В технологической области цветовых решений и различных эффектов слово яркость имеет значение термина. Физическое понятие свет, определяющее яркость, яркость как цвет (густота, насыщенность резкость, экспрессивность цвета и пр.). Но

само слово яркость имеет более широкое значение. В переносном смысле, яркость употребляется как оценка живости, выразительности, может служить для определения, например, речи, высказывания, качества всего произведения. Современная тенденция в технической эстетике по мнению Р. Арнхейма [2, с. 53-54] «заключается в стремлении максимально приблизить возможности очередного поколения аудиовизуальной техники к перцептивным возможностям человека [3, с. 43].

Одно из существенных качеств понятия яркость – его соотнесенность с феноменом контраста. Также слово яркость употребляется и как синоним разноцветного, синоним употребления локальных цветов, контрастно составленных средств, но аналитически можно выделить разные аспекты и обобщив варианты организации яркости как в одном, так и в другом смысле, обобщить их взаимосвязи и выделить перечень вариантов организации яркости в видеоматериале.

Феномен яркости в спектре выразительных средств особо проявляется в анимационных продуктах ТВ и медиасферы. Сегодня акцент на яркость обрел широкое распространение в силу сложившейся обстановки в медиа пространстве: борьба за интерес зрителя стала более ожесточенной. Особенность анимации в том, что она позволяет реализовать идею яркости в полной мере. Это обусловлено языком анимации, который изначально является более действенным.

Развитие анимации повлекло за собой зарождение нового формата промо роликов – анимационных промо роликов. В анимации открывается гораздо больше возможностей в работе с цветом и светом. Дизайнеры не упустили этот шанс и начали использовать анимацию в дизайне, в стороне не остались и авторы промо-роликов, которые всё чаще стали прибегать к использованию анимации в продвижении продукции. Сегодня анимация в жанре промо стала трендом. Возможность поиграть с цветом и светом, создать иллюзию движений формирует безграничное пространство для творчества.

Анимационные промо ролики – это небольшие рекламные видео (120-180 секунд), созданные с помощью анимационных технологий. Такой формат отлично вписывается в современную рекламу и отвечает запросам рекламных компаний. С помощью анимационных промо роликов можно повысить узнаваемость бренда, продать продукт или услугу, рассказать о правилах пользования чем-либо и т.д. Современные авторы анимационных промо роликов учитывают не только влияние цвета на человека при создании рекламных продуктов, огромную роль играют популярные цветовые решения и другие тренды.

Тренд яркости в анимационных промо роликах обоснован как технологическими возможностями, так и предпочтениями зрительской

аудитории. Аналитика и обобщение специфики применения этого феномена в видеоконтенте, может позволить представить список вариантов его использования, что поможет обеспечить действенные способы создания выразительного образного видеоматериала, например, сейчас можно отметить тенденцию усиления яркости, реализованную в том, что часто используется радужная анимация, переливание градиентов в закатных цветах, противопоставление темного и яркого. Отдельно можно отметить эстетику киберпанка, которая уже давно не выходит из моды и всё еще остается популярной в разных видах медиа. Под киберпанком обычно подразумевается мир будущего – мир технологий, который сопровождается сочетанием насыщенных синих, розовых, фиолетовых, зеленых и других цветов.

Технически создание такого выразительного средства как яркость возможно несколькими способами. Это также зависит от вида анимации и концепции. Это могут быть яркие детали персонажей, играющих важную роль в сюжете, отличающихся от «серой массы» в кадре: детально проработанный образ, аксессуары, цвет глаз, волос, что сопровождается соответствующим образом характером. Это может быть контрастное, насыщенное цветовое решение, может быть пестрота или свето-теневое решение, где тени и освещенные участки сильно контрастируют друг с другом. Поиграть с яркостью можно и с помощью виртуального источника света, выбрав нужный источник и нужную схему света, например, добавив контровой и рисующей.

Для реализации яркости как выразительного средства используют специальные инструменты, входящие в программное обеспечение для создания анимации. Это может быть сделано как нодами, и использованием предназначенных для этого параметров, так и с помощью базовых инструментов, таких как заливка, кисть, градиент, создание источника света и т.п.

Используют, например, «motion design». «Эта технология широко применяется при создании социальных, инфографических, рекламных видеороликов для ТВ и Интернета, а также для фильмов, компьютерных игр и программ. Анимация персонажа при помощи такого метода будет особенно уместна для ёмкой, но красочной передачи информации и идеи зрителю. Другая интересная технология анимации для персонажа – «ShapeGraphics» [4, с. 269].

Для создания 2D-анимации наиболее часто используются такие программы, как Adobe After Effects, Moho, OpenToonz, Adobe Animate, Toon Boom Harmony и другие. Для 3D-анимации используют Blender, Cinema 4D, Autodesk Maya. Чтобы создать анимацию в ярких цветах, мы будем использовать не только программы для анимации, нам также

понадобиться редактор статичных изображений, например, Adobe Illustrator. Именно в нем мы определим красочность анимационного ролика. Adobe Illustrator нам понадобится, когда вся идейная составляющая ролика уже определена. После подготовки черновых вариантов можно начать работу с цветом: в Adobe Illustrator есть несколько вариантов покрасить фрагменты изображения, а также есть возможность поменять цвет, контуры и т.п. Создавая персонажей из шейпов, мы можем, либо в процессе создания установить цвета, определив настройки инструмента «перо» либо поменять уже имеющиеся цвета, настроив параметры. Таким образом, мы можем выбрать не только один цвет, но и переливание двух, трёх или более цветов с помощью градиентной заливки.

Выводы данного исследования о разнообразии способов повышения яркости были апробированы в видеопроекте, где главным выразительным средством была яркость, организованная различными средствами. Применение ряда вышеописанных приемов выразительности с целью повысить ощущение яркости в восприятии зрителей позволило сделать анимационный промо ролик «FindWork», рекламу сервиса по поиску удаленной работы (автор Ю.А. Мигаль). Работа над созданием ролика проводилась в четыре этапа. В рамках концепции о применении феномена яркости как выразительного средства на этапе препродакшен была разработана идея, сценарий, продуман дизайн фонов и персонажей, а также проведена подготовка к технической части.

Второй и третий этап – продакшн. На этих этапах были использованы программы для создания и анимации персонажей и фонов. Персонажи были отрисованы в Adobe Illustrator с применением яркой цветовой палитры и загружены в Adobe After Effects для создания дальнейшей анимации. С помощью плагина Duik Bassel был создан скелет персонажа, который был анимирован. Также были анимированы фоны с помощью встроенных инструментов Adobe After Effects. Последний, четвертый этап – постпродакшн. На этом этапе был произведен финальный монтаж яркого анимационного промо ролика, озвучены персонажи, добавлено АТМ.

Таким образом, применение феномена яркости в качестве художественно-технологического средства в деятельности оператора и режиссера монтажа имеет большое значение. Он может повысить качество передачи информации и выразительности, влияет на построение образов и соответствует запросу современной зрительской аудитории, особенно молодежной. Анимация имеет широкий спектр приемов повышения яркости.

**Список использованных источников:**

1. Губанова Г.И., Никулина А. О. Восприятие мультфильма как проблема культурной преемственности в искусстве // «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации «Социальный инженер-2019». – М.: Российский государственный университет имени А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2019. - С. 144-147.
2. Арнхейм Р. Кино как искусство. М., Издательство иностранной литературы, 1960. – 206 с.
3. Познин В.Ф. Влияние технологий на экранную эстетику / В.Ф. Познин // Вестник ВГИК, 2014. – № 2 (20). – С. 38-52.
4. Губанова Г.И., Конотоп Е.Ю. Концептуальная и технологическая разработка анимационного персонажа// «Социально- гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации «Социальный инженер-2020». – М.: Российский государственный университет имени А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2020. - С.270-273  
©Губанова Г.И., Мигаль Ю.А., 2021

**УДК 316.3**

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ  
КАК ФЕНОМЕН ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА**

Носова Д.А.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В современном постиндустриальном мире огромное значение играет быстрый, вечно изменяющийся поток информации, ценность которой ставится в приоритет над другими потребностями. Как говорил легендарный немецкий банкир Натан Ротшильд «Кто владеет информацией – тот владеет миром». Это высказывание становится как нельзя актуальным и соответствующим реалиям мировой технологизации и распространения сети Интернет.

Получение доступа к огромному объему информации и возможности в считанные секунды узнать то, на открытие и объяснение чего учёные тратили раньше месяцы и годы, а порой даже десятилетия, привело к целому ряду последствий общественного масштаба.

Скорость изменения социальных норм и установок набирает всё большие обороты, и данные социальные преобразования так или иначе затрагивают абсолютно все сферы жизнедеятельности человека, а

следовательно, и возникает повышенная потребность в социализации, зачастую даже вторичной. Но и сама социализация проходит по новым правилам, ведь Интернет накладывает новые условия существования человека.

С приходом интернета в жизнь большинства людей вошли новые привычки, новые цели, устремления и мотивации, но эти понятия касаются индивидуальности человека и их объяснение является скорее вопросом психологии и смежных наук. С точки зрения социологии и философии у человека появились новые модели взаимодействия с окружающим миром, новые способы идентификации себя и возможности сравнения себя с остальным обществом. Термин «демонстративное поведение» [1] хоть и появился намного раньше интернета, был введён Торстейном Вебленом и означал расточительные траты на товары, первоочерёдной надобности в которых не было, и траты проходили только с целью получения одобрения и демонстрации собственного статуса и материального достатка, в контексте данной проблемы является одним из первоочерёдных показателей социальных тенденций современности. С распространением социальных сетей демонстративное подставное поведение получило новый виток своего развития, так как многие социальные сети направлены на создание идеального образа и показа состоятельности.

Целесообразно будет упомянуть теорию подражания Георга Зиммеля, которое ученый объясняет потребностью человека к обобщению и упрощению жизни, ведь следуя простым тенденциям, человек освобождается от лишнего процесса принятия решения и перекладывает ответственность на социальную группу, членам которой он подражает. В мировом сообществе социальных сетей эти процессы становятся более очевидными и именно концепция подражания или индивидуального отделения образа человека от общей массы людей, является одной из главных причин широкого распространения социальных сетей. Освобождение от лишнего и упрощение жизни можно ещё трактовать как своеобразную лень в попытках усвоения знаний. Людям нашего времени трудно воспринимать большие объемы информации и усваивать тяжелые темы. Это является причиной развития феномена клипового мышления у человека постиндустриального общества, который придаёт важность развитию вопроса феномена социальных сетей. А. Шюц в своих работах показывал, что знания в обществе социально распределены, и что каждый обладает тем запасом знаний, который необходим нам для успешной и полноценной жизни, для ориентации в нашем жизненном мире [2].

Так как главнейшим источником распространения знаний является интернет, мы действительно владеем неограниченным количеством доступной информации, нам становится слишком скучно и рутинно



воспринимать эти знания, откуда и появляется ужасающая картина клипового ограниченного мышления. Оно уже давно устоялось для обыденного уровня сознания с отсутствующим должным уровнем критического мышления, в отсутствии которого человек является заложником вложенных в него идей, не способен проникнуть за грань начертанной кем-то другим реальности, в которой он живет и ориентируется только в житейских, бытовых и материальных проблемах и вопросах. Человек всё более становится подверженным упрощенной массовой культуре, которая имеет примитивизированное и зачастую пропагандистское начало, направленное на слепое бездумное подчинение членов общества.

Несмотря на повышенный уровень технологизации и интернетизации, основной аудиторией, использующей социальные сети, всё равно является молодёжь. Они используют социальные сети для общения с друзьями и знакомыми, для решения профессиональных вопросов, для наблюдения за новостями и обсуждения событий, происходящих в мире, для вступления в тематические сообщества и создания уникального контента. Вся эта деятельность уже настолько вошла в повседневную жизнь людей что стала её неотъемлемой частью.

Очень сложно сейчас встретить человека, не знающего что такое сети ВКонтакте, Instagram, Twitter, Facebook, Одноклассники, Tik-tok и прочее. Особенно, это касается людей, живущих в инфраструктурно-развитых городах, с высоким уровнем введения интернет-деятельности в реальную жизнь.

Так в Москве существует множество порталов для обеспечения комфорта граждан (например, Мос.Ру или Активный Гражданин) которые играют первостепенную роль в формировании мнения о городской среде, в которой обитает современный человек. Человек попадает под влияние выверенных должным образом информационных потоков интернет-пространства которые воздействуют на формирование его идейного и культурного стержня, что требует широкого рассмотрения и серьёзного контроля, так как поднимается вопрос о социальной, национальной и духовной безопасности молодежи.

Именно усвоенные в соцсетях навыки, увиденные в интернете нормы, ценности и модели поведения будут нести в дальнейшем в общественную жизнь и формировать новые установки и, концептуально не похожие на предыдущие, виды взаимодействий.

У каждого имеющего выход к интернету человека так или иначе изменяются поведенческие особенности, ведь интернет загоняет его в позицию вседоступности и открытости. «Всё что попадет в интернет-становится общедоступным», именно так озаглавлена статья о интернет

мошенничестве и кражах личных данных в газете «Коммерсант», и именно эта фраза является главной заповедью современного человека, ведь выкладывая что либо в интернет человек добровольно дает информацию о себе (даже если и адресованную узкому кругу лиц) публичному пространству, а следовательно может быть как осужден или подвергнут оценке, так и рискует отдать свою личную информацию на комментирование, копирование, тиражирование и т.д. Таким образом всё, что попадает в социальные создает образ человека и его публичное лицо, а социальная сеть сама по себе становится инструментом контроля и поддержания данного лица. Именно это и является мощнейшей возможностью для манипуляций и управления сознанием человека и общества.

Как раз этот феномен и представляет научную важность детального изучения социальных сетей как сложного, многоуровневого явления, которое влияет на изменение видов коммуникации, самопрезентации, групповых и межличностных взаимодействий, что провоцирует масштабные изменения в культуре и во всём социальном мире человека в целом.

Существует большое количество классификаций социальных сетей: по количеству пользователей; по виду контента (медиа, аудио, тексты); по форме вхождения (открытые: VKontakte, Facebook, Twitter; закрытые: IslandX, Beautifulpeople, Clubhouse); по цели (соцсети знакомств: Tinder, Badoo, Mamba; развлекательные: TikTok, Snapchat; информационные: форумы по профессиям, увлечениям и т.д.; смешанные: VKontakte, Facebook, Instagram; мессенджеры: Viber, Whatsapp, Telegram); по знаковому объему (ограниченное количество символов: Twitter, Instagram; неограниченное количество символов: VK, Facebook); по времени доступа к сообщению (архивное хранение: VK Facebook; или удаление данных: Snapchat, Insagram, Telegram); по времени, проводимому в социальной сети (мало-затратные, много-затратные); по характеру взаимодействия между участниками: контактные-соцсети (в которых можно не только публиковать материал, но и общаться с другими пользователями в открытом доступе, то есть имеются так называемые диалоговые возможности сети): ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Instagram; контекстные (соцсети в которых общения почти нет, или оно ограничено постом, то есть проявить реакцию можно только в публичном виде: Twitter, Ficbook).

Все эти характеристики помогают распределить пользователей по категориям как:

потребители новостей (используют социальные сети для получения новостного контента);

активные пользователи (поддерживают общение с близкими друзьями и знакомыми посредством сообщества, получают новостную информацию);

генераторы контента (создают новости и события, делают акцент на репрезентации социальной сети),

имеющие аккаунт в сети и поддерживающие общение с определенным кругом людей [3].

Изучая все сферы, на которые влияют социальные сети и различая их особенности можно закладывать почву к дальнейшему анализу отдельных социальных сетей и того каким образом конкретная какая-либо социальная сеть влияет на общественный порядок. Сегодня социальные сети выступают обширной почвой для исследования, как и их особенности и инструменты.

#### **Список использованных источников:**

1. Веблен Т. Теория праздного класса. – Прогресс, 1984.
2. Альфред Шютц: Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. Перевод на русский язык: А. Я. Алхасов, Н. Я. Мазлумянова. – М., 2003. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. – 26.03.2012. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/5584/5593>
3. Докука, С. В. (2014) Практика использования онлайн-сетей // Социологические исследования.

©Носова Д.А., 2021

УДК 008

## **РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM**

Останина Е.А.

Научный руководитель Носова Д.А.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Медиапространство, являясь неотъемлемой частью жизни современного общества, оказывает существенное влияние как на стиль жизни общества в целом, так и на отдельные элементы жизни определенных групп. Но далеко не все составляющие современной медийной жизни возымели такой сильный эффект влияния на общество, как социальная сеть Instagram. О данном сервисе знает большая часть жителей земного шара, благодаря ему миллионы пользователей смартфонов научились делать красивые фотографии, не имея компетенций

профессионального фотографа, а создатели гаджетов, в свою очередь, именно под влияние растущей популярности данной социальной сети стали делать огромный акцент на улучшении камер мобильных устройств. В связи с актуальностью Instagram, которая не пропадает на протяжении уже 10 лет, хотелось бы проследить историю преобразований этой платформы, которые помогли данной социальной сети сохранить вовлеченность аудитории, несмотря на смену поколений и мира в целом [1].

История Instagram начинается в 2010 году, когда его основатели - программист Кевин Систром и предприниматель Майк Кригер преобразовали свой предыдущий проект Burbn, в приложение, позволяющее выкладывать фотографии с телефона. Уже спустя неделю количество пользователей насчитывало 100 тыс. человек несмотря на то, что изначально приложение можно было использовать исключительно на айфонах, а через 2 месяца эта цифра достигла немыслимой на тот момент отметки – 1 млн пользователей.

Изначально интерфейс Instagram предполагал действия, которые совершались пользователями, ориентируясь на своих друзей, с которыми они могли лично поделиться своим ником для поиска в социальной сети, а лента представляла собой бесконечный поток фотографий, которые не подлежали никакому способу фильтрации. По мере скачивания приложения все большим количеством людей, запрос на понятную навигацию по сайту привел к появлению хэштегов, которые позволяли пользователям находить фотографии, соответствующие их интересам, а бесконечная лента приобрела привычную нынешним пользователям платформы форму сетки.

В 2012 году для Instagram наступает переломный момент – IT-гигант Facebook под руководством Марка Цукерберга выкупает перспективный проект для коммуникации посредством фотографий, так как решает, что это будет более продуктивно, чем создание собственного приложения со схожим функционалом.

В 2013 году сенсационным обновлением платформы стала возможность отметить любого человека на фотографии. Данный инструмент был позаимствован у популярной соц. сети Twitter. Важно отметить и тот факт, что с этого года Instagram начинает активно перенимать самые популярные инструменты с других платформ. Эффективности данной стратегии в дальнейшем мы уделим большее внимание.

Продолжая так же внимательно следить за успехами других социальных сетей, Instagram, вдохновившись новым приложением все того же Twitter и его приложения для создания 6-секундных видео – Vine, дает

своим пользователям возможность загружать в ленту видео длительностью до 15 секунд [3].

В том же 2013 году создатели Instagram явили публике новую возможность – коммуницировать не только посредством лайков и комментариев под фото, но и лично. Данная часть Instagram носит название Direct. Теперь пользователи могут делиться как своим, так и чужим контентом в личной переписке, обсуждать медиа файлы и просто вести переписку. К такому обновлению приложения привел факт роста популярности приложений для коммуникации – WhatsApp и Telegram. С этого момента, Instagram перерастает из платформы для публикации фотографий в полноценную социальную сеть со своим собственным климатом.

2014 год ознаменовал для Instagram новый рекорд по количеству пользователей – 300 млн. человек и именно в этот год, под наплывом фейковых страниц брендов и звезд, которые в том числе использовались и для мошеннических действий в приложении появляется верификация. Теперь знаменитости и популярные бренды удостоены той самой голубой галочки, которая подтверждает достоверность того, что страницей владеет настоящий человек. Это служит мощнейшим толчком для продвижения подобных страниц, ведь теперь они отображаются первыми в поисковом запросе. Данное нововведение привело к новому этапу медиапространства – эпохе инфлюенсеров, монетизации публикаций и появлению рекламы в лентах пользователей не только от самих знаменитостей, но и посредством интегрированных механизмов Facebook, позволяющих настроить рекламные публикации под интересы владельцев определенных аккаунтов.

В 2015 разрешение загружаемых снимков возросло до 1080×1080 пикселей (вместо 640×640). Также в Instagram происходит отход от традиционных квадратных публикаций – появляется возможность делать посты с альбомными и портретными фотографиями и видео. Совершив необходимые действия для масштабного внедрения рекламных инструментов, в приложении появляется кнопка «Узнать больше» под фотографиями брендов, которая автоматически перенаправляет пользователей на сайт компании. В свою очередь, продолжительность видео для рекламных записей была увеличена до 30 секунд.

2016 год стал по истине инновационным для Instagram. Теперь ролики, загружаемы на платформу могли длиться 60 секунд. Это оказало сильное влияние на рост популярности видео контента в социальной сети. Главная лента теперь функционирует не по временному признаку, а руководствуясь усовершенствованными алгоритмами социальной сети. Публикации отображаются с учетом интересов пользователей, что позволяет увеличить вовлеченность публики [1]. Постоянно меняющийся

мир требовал от приложения перемен не только функциональных, но и визуальных и Instagram совершает ребрендинг – вид приложения стал более современным, лаконичным и монохромным, иконка приложения, стала радужной с эффектом градиента.

В августе 2016 в Instagram появляются Stories – всеми любимые посты, отображающиеся в виде кружочков над основной лентой, которые удаляются спустя 24 часа после публикации. Данная функция была на прямую взята из Snapchat. Как отмечали сами создатели приложения – это то, чего не хватало в Instagram, который к тому моменту стал задавать достаточно высокие критерии к публикациям со стороны аудитории. Теперь пользователи могут делиться повседневными действиями, не засоряя этим постоянную ленту, но в то же время постоянно оставляя свой след в медиaprостранстве. В этом же году появляется опция ведения прямых трансляций.

Отмечая высокий рост популярности Instagram, руководство Facebook предпринимает успешную попытку перенаправления потока пользователей этой социальной сети к ним. Появление бизнес-профиля, переключение на который, позволяло любому пользователю отслеживать статистику аккаунта стало довольно популярным инструментом. Доступ к нему получить можно было лишь посредством привязки своей страницы в Instagram к профилю в Facebook.

Появление «карусели» в 2017 году дало возможность выкладывать 10 фотографий и видео в один пост. Это стало эффективным инструментом в борьбе с долгим выбором пользователями лучшей фотографии и позволило им выкладывать сразу несколько медиафайлов, сохраняя единство события, которому посвящена публикация.

В середине 2018-го разработчики пошли на смелый шаг и представили новую платформу для публикации длительных видеороликов – IGTV (Instagram TV). Она была интегрирована в приложение Instagram. В этом же году число активных пользователей сервиса достигает нового рекорда – отметки в 1 миллиард человек [2].

2019 год стал знаковым для приложения, ведь теперь его руководству пришлось ориентироваться на особенности выросшего поколения, а также на то, что у людей появились новые запросы на распоряжение их конфиденциальной информацией. Так, несмотря на популярность, в какой-то момент лайки стали для платформы проблемой. В интернете стало появляться все больше информации о том, что публикации влияют на ментальное здоровье подростков, в связи с этим, Instagram принимает решение о включении функции, позволяющей скрывать счетчик лайков, при этом оставив возможность следить за ними тем, для кого это важно. До 2019 года в Instagram присутствовала

возможность следить за действиями людей, на которые пользователь подписан: за тем, кого они лайкают, на кого подписываются, кого комментируют. Согласно официальным заявлениям, разработчики отказались от этой опции «во избежание недоразумений».

В эпоху расцвета социальной сети TikTok, чтобы пользователи сети стремительно не переходили в нее, Instagram ввел функцию Reels – 15-секундные ролики, которые можно модифицировать с помощью музыки и спецэффектов. Тут важно отметить, что данная функция в мире стала доступна уже в 2020 году, российский сервис ввел ее в использование лишь в 2021.

В 2021 году на волне популярности приложения ClubHouse, представляющем возможность присоединиться в комнаты и вести беседы по интересам, Instagram представил новый вид прямых трансляций, в которые можно добавлять до четырех пользователей одновременно.

Подводя итог, можно отметить то, что неугасающая популярность социальной сети Instagram обусловлена не только новаторским подходом к проведению досуга в медиапространстве в 2010, но и способностью руководства подстраиваться под новые веяния в обществе, заимствовать самые популярные инструменты из других платформ для коммуникации между пользователями. Компания постоянно следит за тем, чтобы среда, сформировавшаяся в данном сервисе, прогрессировала в одну ногу с обществом, постоянно вбирая в себя новые веяния социальной повести, чем обусловлен, например, тот же механизм, скрытия лайков. Instagram – прекрасный пример того, как традиции, сохранившиеся со времен начала функционирования данной площадки, могут гибко модифицироваться и подстраиваться под интересы различных слоев населения, позволяя сохранять актуальность в мире, где тренды носят исключительно сезонный характер.

#### **Список использованных источников:**

1. Аксёнова Дарья Денисовна РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM // Материалы Афанасьевских чтений. 2020. №2 (31). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sotsialnoy-seti-instagram> (дата обращения: 19.11.2021).

2. INSTAGRAM КАК СОВРЕМЕННАЯ БИЗНЕС-ПЛАТФОРМА Манько Е.А., Никулина Д.В. Аллея науки. 2020. Т. 1. № 10 (49). С. 786-791.

3. ВИЗУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАСРЕДЕ (НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM) Бакеева Д.А. В сборнике: Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования. сборник трудов международной научно-практической конференции. Белгород, 2020. С. 271-275.

**©Останина Е.А., 2021**

УДК 791.43/.45

## ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ АССОЦИАТИВНОГО МОНТАЖА В СОВРЕМЕННЫХ МУЗЫКАЛЬНЫХ ВИДЕОКЛИПАХ

Петрова А.О., Фукс Д.А.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В данной научной статье проанализированы как способы применения ассоциативного видеомонтажа, так и его особые черты, фигурирующие в современных музыкальных видеоклипах. Избранная тема также позволяет рассмотреть основные приемы, используемые в видеомонтаже и их функции в драматургии на примере двух различных музыкальных видеоработ. Также в данной статье рассмотрено влияние ассоциативного монтажа на эмоциональную реакцию зрителей музыкальных видеоклипов. Актуальность исследования обусловлена популяризацией музыкальных клипов и приоритетностью клипового мышления, как тенденции современного общества: «Хотите донести нужную мысль – сделайте мозаику, телевизионное поколение мыслит в мозаичных терминах, оно получает мозаичные впечатления» – комментирует данную аксиому организатор предвыборной компании У. Гевин [10].

Известный режиссер театра и кино Сергей Эйзенштейн дал такую характеристику термину «видеомонтаж»: «Сила монтажа, в том, что в творческий процесс включаются эмоции и разум зрителя, зрителя заставляют проделать тот же созидательный путь, которым прошел автор, создавая образ. Зритель не только видит изображаемые элементы произведения, но он и переживает динамический процесс возникновения и становления образа так, как переживал его автор» [11]. В данном утверждении Сергей Эйзенштейн транслирует важность исследуемого творческого процесса, которым как раз и является монтаж. С помощью приемов видеомонтажа является возможным воспроизвести диалог зрителя и автора произведения, что важно для понимания задумки видеопродукта. Опираясь на слова автора высказывания, также можно сказать о том, что одной из основных задач монтажа является определенное эмоциональное воздействие на группу зрителей, например с помощью подходящих ассоциаций. Для понимания указанного вопроса необходимо дать определение термину ассоциативный монтаж – это монтаж, который вызывает у зрителей какую-либо ассоциацию и указывает на новый смысл действия в кадре [8]. Именно такой прием придает видеоработе образность



и глубокий подтекст, что сильно повышает художественную ценность видеоролика, а также вызывает нужную и определенную эмоциональную реакцию зрителя. Такой прием повсеместно используется и в современных музыкальных клипах, рассказывая зрителю о переживаниях лирического героя, транслируемых в исследуемой видеоработе за счет компиляции музыкальной композиции и визуального ряда.

Музыкальное сопровождение в связке с визуализацией вызывает у зрителей множество новых ассоциаций, которые не возникли бы при прослушивании только музыкальной композиции, что очень подчеркивает важность исследования музыкального клипа и приема ассоциативного монтажа. В этой связи стоит упомянуть книгу «Монтажный язык» Андрея Каминского: «Один из наиболее распространенных вариантов включения ассоциации – через звуковой ряд, то есть через выстраивание в монтаже звуковой вертикали. В самом деле, достаточно включить некую связанную с объектом или понятием яркую музыку или текст, как зритель соотносит с ними и происходящее на экране» [1]. Исходя из вышенаписанного, можно сказать о том, что чаще всего видеоряд подчеркивает смысловую нагрузку музыкальной композиции или открывает новый, потаенный смысл, который не всегда можно вычленишь, опираясь только на мелодию и вокал.

Основываясь на приведенных данных, является возможным произвести анализ двух различных музыкальных современных клипов, которые включают в себя прием ассоциативного монтажа. Анализ музыкальных видеоработ поможет осознать, как ассоциации помогают зрителям воспринимать смысловую нагрузку видеоработы, а также укажут на способы использования ассоциаций в современных клипах разной направленности.

Применение ассоциативного монтажа можно наблюдать в клипе музыкального исполнителя IVAN – «Снова тебя забываю» [5]. Данная видеоработа на песню указанного исполнителя содержит множество метафор, одна из которых присутствует на протяжении всего клипа, а также соответствует устойчивому выражению – «мир перевернулся». Мир героя в буквальном смысле оказывается перевернутым: вместо неба зритель наблюдает здания, лед, деревья. Мир героя был стабильным только тогда, когда он был рядом с любимой девушкой, что указывается в клипе с помощью перехода к воспоминаниям героя, проигрывающимся без «переворота».

Стоит также обратить внимание на деталь: лирический герой снимает обручальное кольцо с пальца. Кадры смонтированы так (крупные планы пальца и кольца), чтобы зритель осознал, что герой пытается забыть о девушке и разорвать с ней все связи, а припев песни только подчеркивает указанное действие: «Снова тебя забываю». Но так как мир героя

перевернут, он все же не может забыть героиню, и пытается добиться ее чувств, проходя через трудности.

В клипе, как еще один способ выразительности, фигурируют лестницы, указывающие на сложный путь к сердцу девушки, которая находится по ту сторону перевернутого мира. Лестницы часто вызывают ассоциацию с восхождением куда-либо, со сложной дорогой вверх, что как раз указывает на старания лирического героя, на его желание воссоединиться с героиней и быть снова счастливым. Именно поэтому в исследуемом музыкальном клипе лирический герой бежит по лестницам вверх, чтобы снова быть вместе с героиней. Также кадры с лестницами смонтированы с использованием клипового видеомонтажа, то есть с нарушением основных монтажных принципов. Сделано это намеренно, ведь именно нестабильное положение лестниц в кадре и их разное направление, добавляют событию драматизма, который необходим в контексте исследуемого клипа. То есть разные виды монтажа в корреляции, усиливают друг друга и вызывают большую метафоричность ситуации, показанную в клипе.

В указанном контексте подойдет определение ассоциативного монтажа, как метафоричного (второе название ассоциативного монтажа), ведь Эйзенштейн говорил о том, что исследуемый вид видеомонтажа рассчитан на аудиторию с развитым интеллектом, эрудицией, с богатым жизненным опытом, так как без упомянутых характеристик, материал будет воспринят и трактован неверно [7]. Стоит также помнить о том, что музыкальный клип в данный момент времени, чаще всего, преподносится, как небольшая история с использованием различных выразительных средств видеомонтажа.

Также в видеоработе можно наблюдать холодный синий цвет, символизирующий грусть, печаль, холодность. Девушка же, в которую влюблен лирический герой, обозначена красным цветом (красное пальто и красный фон), что символизирует страсть, любовь и в целом глубокие яркие чувства. Так, можно сказать о том, что не только компиляция кадров определяет ассоциации зрителей, но и цветокоррекция. Подтверждается эта теория в научной статье Фаносьяна: «Цветокоррекция в руках настоящего колориста-художника поможет создать произведение, уникальное по своему цветовому стилю. При этом колорист должен уметь чувствовать, насколько цвета могут быть выразительными и живыми, выработать определенные навыки работы с цветом, понимать и умело пользоваться законами цветовых гармоний» [9].

Исходя из вышенаписанного, можно сказать о том, что драматичный видеоролик с душевными терзаниями лирического героя подчеркнул эмоциональную окраску музыкальной композиции, что указывает на

важность использования любых подходящих ассоциативных приемов в видеоклипе данной направленности: от предметов до цвета.

Вторым исследуемым видеороликом представлен клип на музыкальную композицию рэп-исполнителя Boulevard Depo – «Кашенко» [4]. В самом начале клипа уже можно наблюдать некоторые ассоциации: наложение двух кадров друг на друга и кратковременное мерцание. Все эти приемы усиливают осознание того, что герой безумен и вызывают ассоциацию с нестабильным сознанием главного героя (можно сделать такое предположение из-за смирительной рубашки).

Когда в комнату заходит врач с инвалидной коляской, сразу происходит понимание того, что лирический герой – пациент какой-то клиники, что подтверждает успешное применение приведенных выше приемов. Так как сознание лирического героя нестабильно, в его голове возникают странные ассоциации: больничная койка, в которой он лежит в смирительной рубашке, кажется ему постелью в роскошном доме, а поездка на инвалидной коляске отождествляется с ездой на дорогом автомобиле. Казалось бы, что приведенные эпизоды абсолютно не связаны между собой, но они, тем самым, дают понимание того, что герой безумен и ощущает себя другим человеком. Именно поэтому советский артист и по совместительству первооткрыватель литературного монтажа В.Н Яхонтов называл такой монтаж «взрывом» [3]. На концепции безумных ассоциации и составлен весь клип: запись музыки в студии и буйство людей в психбольнице, капельница и распитие вина в богатой обстановке. Изначально ассоциации могут удивлять зрителя, но в дальнейшем, он присоединяется к логике лирического героя и погружается в атмосферу сумасшествия. Таким образом, зритель самостоятельно выстраивает ассоциации и соглашается с представленным ему миром, так как исследуемый вид монтажа активизирует зрительское восприятие, заставляет его думать, делает его соучастником действия в клипе. Еще стоит упомянуть наличие клипового видеомонтажа в данной работе, так как множество кадров с нарушением монтажных принципов усиливают выразительность ассоциативного монтажа, что влияет на метафоричность ролика. Именно монтаж коротких кадров в нелогичном порядке коррелирует с нервными ежесекундными подергиваниями, вспышками и, например, реверсом.

В исследуемом видео есть кадр, где удивленный санитар сидит за своим столом. Казалось бы, он не должен быть причастным к общему безумию, но на следующем кадре можно наблюдать, как отлепившийся от стены лист бумаги снова приклеивается к стене (использование реверса), что намекает зрителю на то, что безумен здесь даже врач, который вез лирического героя на инвалидной коляске.

Исходя из вышенаписанного, можно сказать о том, что прием ассоциативного монтажа играет важную роль в видеоработе, так как именно ассоциативное мышление зрителя вызывает разнообразные эмоциональные реакции, раскрывающие драматургию просматриваемого ролика. С помощью ассоциаций можно понять, какую актерскую задачу выполняет лирический герой клипа, а также является возможным осознать, что происходит в кадре. Музыкальные же композиции становятся основой для сюжета клипа и в связи с этим, раскрываются в компиляции с визуальным рядом.

В завершении научной статьи, констатируем, что Эйзенштейн сделал огромный вклад не только в кинематограф, но и во всю медиасферу в целом, так как приемы, которые он исследовал, до сих пор актуальны, в том числе и в контексте музыкальных клипов, которые все больше стремятся в сторону кинематографичности. В заключение также хотелось бы привести высказывание Эйзенштейна: «Моим художественным принципом было и остается не интуитивное творчество, а рациональное, конструктивное построение воздействующих элементов; воздействие должно быть проанализировано и рассчитано заранее, – это самое важное» [6]. Именно использование определенных зафиксированных методов (например, ассоциативный монтаж) поможет создать видеоработу с определенной смысловой нагрузкой, художественной ценностью с указанием на определенную эмоциональную реакцию, задуманную режиссером для зрителя контента.

**Список использованных источников:**

1. Каминский А. Монтажный язык - 6 с [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа:<https://libking.ru/books/sci/sci-culture/207793-6-a-kaminskiy-montazhnyy-yazyk.html#book>

2. Кириллова Н.Б. Сергей Эйзенштейн: Революционер в экранной культуре и мифотворец / Н.Б Кириллова // Известия уральского федерального университета. серия 1: проблемы образования, науки и культуры – 2017 – 150 с

3. Монтаж как творческий метод сценариста. [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: [https://lms.biblioclub.ru/pluginfile.php/6599/mod\\_resource/content/1/Лекция%203%20часть%202%20Монтаж%20как%20творческий%20метод%20сценариста.pdf](https://lms.biblioclub.ru/pluginfile.php/6599/mod_resource/content/1/Лекция%203%20часть%202%20Монтаж%20как%20творческий%20метод%20сценариста.pdf)

4. Музыкальный клип Boulevard Depo- Кащенко [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=1iZN0XzthJI>

5. Музыкальный клип IVAN - Снова тебя забываю [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=EI2e0goWHsE>

6. Олтаржевский Г. Архитектор кино. Как Сергей Эйзенштейн опередил время / Г. Олтаржевский // Известия. [Электронный ресурс]. – Электрон. газ. – 2018. – 22 янв. – Режим доступа: <https://iz.ru/698213/georgii-oltarzhevskii/arkhitektor-kino>

7. Основы профессионального мастерства сценариста массовых праздников - Монтаж как способ мышления [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://dramateshka.ru/index.php/methods/org-questions/6568-osnovih-professionaljnogo-masterstva-scenaris?start=11>

8. Степанов Д. Теория монтажа, ч 5 [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://medium.com/daste/theory-of-video-editing-part5-df69a164f12d#:~:text=Ассоциативный%20монтаж.%20Это%20монтаж%20п ри,толпой%20людей%2C%20идуших%20на%20работу>

9. Фаносян М.Р. Цветокоррекция в современном кинематографе / М.Р. Фаносян // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств – 2015 – 265 с

10. Шеметова Т.Н. Клиповая культура или некоторые подходы к описанию музыкального клипа / Т.Н. Шеметова // Наука телевидения – 2010 – 293 с

11. Эйзенштейн С. Избранные произведения: в 6 т. – М., 1964. – Т. 2. – 778 с

©Петрова А.О., Фукс Д.А., 2021

**УДК 316.4**

## **АНАЛИЗ КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ФОНДОВ**

Проткина А.М., Тимохович А.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления», Москва*

2020 год был одним из самых сложных для благотворительного сектора. Пандемия, экономический спад, страх людей и новые ограничения со стороны государства очень сильно повлияли на деятельность некоммерческих организаций в России. Ряд организаций и сотрудников испытывали желание переквалифицироваться, открыть новые программы и перейти в дистанционный формат работы, другие же так и

смогли выйти в digital-среду и потеряли время на осознание новых тенденций. Несмотря на все ограничения и нововведения в жизни благотворительного сектора, некоммерческие организации не перестали уделять должное внимание продвижению и PR. За время пандемии и перехода в digital-среду благотворительные фонды стали активнее вести PR-деятельность в интернете, создавая новые паттерны поведения среди своей аудитории и находя новые инсайты для усовершенствования коммуникации.

На данный момент в благотворительном секторе большое значение имеет правильно выстроенная коммуникация и фирменный стиль, которые помогают некоммерческим организациям выделиться и привлечь внимание общества к социальным проблемам через собственные уникальные образы и каналы продвижения. Некоммерческие организации развивают собственные бренды и становятся потенциальными игроками рекламного рынка.

Говоря о PR-продвижении некоммерческих организаций, нужно понимать, что перед благотворительными фондами стоит большое количество ограничений, которые стоит учитывать при создании коммуникации. Одним из наиболее серьезных ограничений является бюджет. Далеко не все организации имеют гибкое финансирование PR-отдела и сформированную команду экспертов, в силу отсутствия бюджета на дополнительные рабочие места.

Для некоторых некоммерческих организаций финансовая поддержка не является большой проблемой. У них есть возможность обратиться в рекламные агентства и начать работу с экспертами в сфере продвижения. Но сфера благотворительности – узкое направление, которое включает в себя определенный диапазон образов и тем, которые допустимы на территории России. Зачастую серьезность социальной проблемы не дает возможность креаторам проявить себя в полной мере.

Еще одним барьером на пути создания качественной коммуникации является стереотипность и недоверие общества к благотворительности. На протяжении нескольких лет фонды борются со стереотипами о благотворительных организациях и пытаются сформировать доверие и заинтересованность со стороны общества. Для этого фонды при создании рекламных кампаний НКО аккуратно подходят к формулировке основного сообщения и делают коммуникацию открытой и прозрачной [1].

У благотворительных фондов достаточно широкая аудитория, которая включает в себя представителей разных возрастных групп и стилей жизни. Помимо коммуникации с аудиторией фонды также общаются с компаниями, которые могут стать их потенциальными партнерами, поэтому спектр каналов и инструментов социального PR

варьируется в зависимости от цели и целевой аудитории. Для молодёжи фонды, как правило, ведут просветительскую деятельность, привлекают подростков к волонтерству и формируют ответственное отношение к благотворительности; для аудитории в возрасте 25-45 лет проводят различные мероприятия, аукционы, собирают пожертвования и рассказывают о возможностях фандрайзинга. С юридическими лицами фонды ведут e-mail переписки и встречаются на специальных мероприятиях [2]. Благодаря широкой аудитории некоммерческим организациям удается активно развивать свои навыки продвижения и находить новые точки роста.

Проведя аналитическое исследование, мы выявили основные каналы коммуникации благотворительных фондов, реализующих свою деятельность на территории России.

Во-первых, использование социальных сетей как канала коммуникации. Благодаря социальным сетям некоммерческие организации упростили себе поиск новой аудитории и увеличили охват своих коммуникаций [3]. В социальных сетях намного проще запустить новость под хештегом, которая разлетится по всей сети, или провести эфир с лидером мнений и привлечь активную аудиторию. На данный момент социальные сети позволяют быстро собирать крупные пожертвования без дополнительных затрат. Реклама в социальных сетях стоит дешевле, чем на других площадках. Из-за возможности быстро отслеживать рекламные метрики, самостоятельно задавать параметры аудитории и разрабатывать рекламную кампанию своими силами, без привлечения специалистов, социальные сети стали самым используемым каналом для благотворительного сектора.

Во-вторых, использование СМИ для коммуникации с аудиторией. Одним из постоянных и доступных каналов коммуникации благотворительного сектора с аудиторией являются СМИ. Участие в специальных проектах, написание совместных материалов с другими фондами в крупные профилированные и непрофилированные издания, экспертное мнение в бизнес-вопросах и участие в интервью – идеальная возможность для фондов нативно привлечь внимание читателей к деятельности организации без лишних затрат на продвижение и закрепиться в сознании аудитории, чтобы выстроить ассоциацию между благотворительностью и определенным фондом [4]. Большинство фондов не только заключают договоры партнерства с изданиями и журналами, но и ведут активную деятельность за место в выпуске и новой статье, посвящённой актуальной проблеме. Как правило, публикация статьи в издании на социальную тему не легко осуществима. Фонды вынуждены

месяцами выстраивать коммуникацию с изданиями, активно мониторить свежие новости и подстраиваться под темп информационных волн.

В-третьих, event-мероприятия как способ привлечения аудитории. Инструменты благотворительности в первую очередь связаны с коммуникацией, поэтому мероприятия помогают некоммерческим организациям лично общаться со своей аудиторией, тем самым повышая доверие к своей работе и привлекая общественное внимание к социальным проблемам. Несмотря на то, что пандемия сузила круг возможностей организации мероприятий и перенесла большую часть деятельности благотворительных фондов в интернет, мероприятия остаются неотъемлемой частью благотворительного сектора. На данный момент просветительские мероприятия и уроки проводят в онлайн режиме. Даже аукционы и благотворительные завтраки сумели перейти в ZOOM без потерь [5]. С переходом в онлайн фондам удалось задействовать больше людей в своих проектах и мероприятиях из-за отсутствия территориальных и временных ограничений.

В-четвертых, использование наружной рекламы для достижения определенных задач. Следует отметить, что ООН-реклама постепенно устаревает среди новых каналов коммуникации, но некоммерческие организации продолжают распространять социальную рекламу через наружные носители. Одним из преимуществ ООН-рекламы является бесплатное размещение. Государство выделяет через тендеры определенное количество мест под социальную рекламу, поэтому любая благотворительная организация может участвовать в тендере и получить место для своего сообщения, которое должно соответствовать параметрам, заданным в тендере.

В-пятых, использование имиджевой атрибутики для формирования образа некоммерческой организации. Создание имиджевой атрибутики – одна из самых новых тенденций, которая пришла на российский рынок благотворительности с Запада [6]. Благотворительные фонды активно развивают свой собственный фирменный стиль и создают коллекции мерча, деньги от продаж которого идут на благотворительность. Это помогает фондам не только повысить узнаваемость собственного бренда, но и показать людям, что благотворительность бывает двусторонней и интересной.

В-шестых, разработка сайта для формирования более целостного представления о деятельности благотворительной организации. Благотворительные фонды не часто пользуются таргетированной рекламой. Для данных организаций сайт представляет собой визитную карточку с контактами, описанием проектов и основной информацией о



деятельности фонда. Также на сайтах можно совершить пожертвования и записаться на различные мастер-классы, лекции и другие мероприятия.

В-седьмых, e-mail рассылки как канал взаимодействия с компаниями для некоммерческих организаций. Так как благотворительные фонды ведут коммуникацию не только с физическими лицами, но и с юридическими, для них важно найти подходящий канал коммуникации для обеих аудиторий. Поиск партнеров, обсуждение совместных мероприятий и общение с редакциями изданий происходит через электронную почту. Также данный канал используется для рассылок с новостями фондов и их результатами для аудитории, которая подписана на рассылку.

Сделаем вывод о том, что некоммерческие организации используют в своей деятельности разные каналы и средства взаимодействия с аудиторией, клиентами, партнерами. PR-деятельность некоммерческих организаций в России довольно развита, однако, с каждым годом благотворительные организации осваивают новые каналы коммуникации и способы воздействия на аудиторию. За последние годы, в период самоизоляции и пандемии, благотворительным организациям пришлось полностью изменить свою деятельность и подстроиться под новые правила и ограничения.

**Список использованных источников:**

1. Вельская Г.Г. Реклама социальных проектов. – М.: Дашков и К, 2021. – 94 с.
2. Поликанов Д.В. НКО: как устроены некоммерческие организации. – М.: Бомбора, 2021. – 256 с.
3. Тимохович А.Н., Никурадзе О.И. Измерение эффективности социального предпринимательства. Вестник университета. – 2020. - №7. – с. 193-198.
4. Дикман Д. От намерений к результатам. Стратегическое планирование в благотворительности. – М.: «Такие дела», 2018. – 176 с.
5. Сейлер Т., Берлингейм Д., Темпел Ю. Энциклопедия фандрайзинга. Как собирать деньги на социально значимые проекты. – М.: БФ «Нужна помощь», 2020. – 544 с.
6. Филенко С.С. Соучастие как разновидность технологии вовлечения // «Проблемы управления – 2018»: материалы 26-й Всероссийской студенческой конференции. – М.: ГУУ, 2018. – с. 303-305.

**©Проткина А.М., Тимохович А.Н., 2021**

УДК 070

## ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В ПОСЛЕВОЕННЫЙ ПЕРИОД 1945-1955 гг.

Сергиенко А.И.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Победное окончание Великой Отечественной войны стимулировало в журналистике дальнейшее усиление пропаганды советского образа жизни, культа личности Сталина. В условиях начавшейся по инициативе Запада «холодной войны», СМИ настойчиво призывали народ к новым подвигам на фронтах экономического возрождения страны. Партийные и советские органы власти, общественные организации, используя политическую и организаторскую силу журналистики, направляли ее на привлечение широких слоев населения к самоотверженному труду по восстановлению народного хозяйства, на усиление идеологической работы в массах.

С окончанием войны возникла острая необходимость в перестройке и дальнейшем развитии прессы, в изменении характера ее работы.

К маю 1945 г. структура советской печати представляла собой тщательно разработанную систему военной и тыловой прессы, рассчитанной на условия военного времени. Окончание войны вызвало необходимость не только реорганизовать систему печати в условиях мирной жизни, но и направить их на решение проблем хозяйственного строительства. Перед страной стояла нелегкая задача восстановления разрушенного войной экономического потенциала. Однако речь идет не только о реорганизации прессы. Послевоенные годы приводят к значительным изменениям во всех звеньях системы средств массовой информации. Они были связаны в первую очередь с реорганизацией её структур.

Война завершилась, а почти все местные газеты – республиканские, краевые, областные, городские, районные – выходили в уменьшенном объеме – на двух полосах (городские и районные – половинного формата «Правды»). Ограниченные размеры газетной площади лишали их возможности наиболее полно освещать жизнь страны, республики, области и своего района. Остро ощущались бедность материально-технической базы, недостаток журналистских кадров, что в значительной степени сказывалось на качестве периодических изданий.

Возникла крайняя необходимость всесторонней помощи печати. Предпринимались шаги для перевода высвободившихся из военной печати журналистов, денежных средств, техники, бумаги. Направляемые в центральные и местные газеты, они способствовали их укреплению. Постепенно увеличивался объем изданий. Шаг за шагом шло восстановление сети республиканских, а затем и областных, молодежных газет.

В региональной и местной печати осуществлялся выпуск новых центральных отраслевых изданий, потребность в которых диктовалась неотложными задачами восстановления народного хозяйства. В послевоенную пору в числе первых создаются газеты «Промышленность стройматериалов», «Водный транспорт». Выходят также «Культура и жизнь», «За прочный мир, за народную демократию», и другие газеты.

В структуре советской журналистики появились новые республиканские и областные газеты. С 1946 г. издаются «Львовская правда», «Калининградская правда», «Минская правда». Увеличилось и число городских газет. За послевоенное десятилетие только в Российской Федерации их было создано более 30. Вновь создаются вечерние газеты, и в их числе «Вечерний Ленинград».

Значительное развитие получила пресса на национальных языках. В 1945 г. в Молдавии выходит на молдавском языке газета «Жизнь села». Появились новые газеты на узбекском, грузинском, киргизском и других языках. Развитие сети газетной периодики шло одновременно с укреплением ее материально-технической базы.

В 1946 г. в стране выходило 7039 газет, разовый тираж которых составлял около 30 млн. экз. [1], в то время как в 1942 и вплоть до окончания Великой Отечественной войны издавалось ежегодно более 4,5 тыс. газет, а их разовый тираж составлял 18 млн. экз.

Особое место в структуре всей советской печати первых послевоенных лет занимала газета «Культура и жизнь». Будучи органом отдела пропаганды и агитации ЦК ВКП(б), она выполняла функции директивного органа, указания которого были обязательны для прессы и других идеологических институтов.

Первый номер газеты «Культура и жизнь» вышел в конце июня 1946 г. Ее директивный тон определила передовая статья «Выше уровень идеологической работы!». Исполнению высказанного требования она посвятила всю свою деятельность. В статьях «Литература советского народа», редакция газеты настоятельно рекомендовала всем широко и повседневно пропагандировать марксистско-ленинское мировоззрение, воспитывать у советских людей коммунистическое сознание.

«Культура и жизнь» занимала непримиримые позиции по отношению к изданиям, которые отступали от привычного славословия в адрес партии, советской власти. «Безликий журнал» – так озаглавила газета критическую статью, посвященную журналу «Ленинград». Вслед за ней резкой критике был подвергнут журнал «Звезда». Это было лишь началом обвинений в адрес ленинградских журналов. Затем последовало постановление ЦК ВКП(б) «О журналах “Звезда” и “Ленинград”». В следующих номерах газета напечатала доклад А. Жданова об этих изданиях и десятки рода материалов, обвинявших эти издания, их редакции и авторов в беспринципности и идеологическом отступничестве.

Острую критику работников искусства, культуры, литературы начала газета после принятых ЦК ВКП(б) постановление «О репертуаре драматических театров и мерах по его улучшению».

«Культура и жизнь» издавалась до конца февраля 1951 г. Газета просуществовала более четырех с половиной лет. За это время на ее страницах были опубликованы многочисленные документы, касавшиеся различных сторон деятельности системы средств массовой информации страны.

Советская журналистика в условиях «государства рабочих и крестьян», став структурным звеном административно-командной системы, осознанно выполняла ее волю. В своем стремлении реализовывать постановления ЦК по идеологическим вопросам она использовала всю силу творческой энергии, нередко демонстрируя чрезмерное рвение.

К началу 50-х гг. в стране уже насчитывалось около 200 центральных, республиканских, краевых и областных издательств, выпускавших сотни миллионов книг и брошюр на 78 языках народов СССР.

В первые послевоенные годы острой необходимостью стало укрепление связей редакционных коллективов с массами. В принятых директивных документах рассматривались пути преодоления серьезных упущений в организационно-массовой работе советской прессы. Отмечалось, в частности, что редакции недооценивали значение писем трудящихся в улучшении содержания газет, не был налажен учет писем, контроль за их прохождением. К середине 50-х гг. отношение в редакциях к читательской почте заметно изменилось в лучшую сторону [2].

В конце 40-х гг. благодаря реализации мер, разработанных в директивных документах, усилилась организационная структура аппаратов редакций. В краевых и областных газетах были организованы секретариаты, в республиканских, краевых и областных газетах созданы редакционные коллегии.

В 1955 г. в стране газеты выходили на 67 языках народов СССР и зарубежных стран. В 1955 г. в стране издавалось более 4300 журналов.

В послевоенные годы интенсивно осуществлялась реорганизация структуры ТАСС. Развивается внутрисоюзная сеть агентства. На Украине, в Белоруссии, Молдавии, в Прибалтийских республиках восстанавливаются и расширяются республиканские отделения ТАСС. В аппарате ТАСС организуются региональные главные редакции. Осуществляется жесткая централизация деятельности республиканских и местных отделений ТАСС.

Радикальные перемены, происшедшие после второй мировой войны во всем мире, потребовали расширения службы зарубежной информации ТАСС. К середине 50-х гг. корреспондентские пункты агентства открываются во многих странах Восточной Европы, Азии, Ближнего Востока, Латинской Америки, Африки. Возраставший поток зарубежной информации требовал ее отбора и систематизации. Решение этих задач взяли на себя созданные в структуре зарубежной информационной службы ТАСС региональные редакции по группам стран или континентам.

Меры по организационному и техническому укреплению периодической печати, ТАСС положительно сказывались на деятельности и других звеньев системы средств информации и в том числе радиовещания. Уже в последние месяцы Отечественной войны принимались меры по дальнейшему развитию радиовещания в стране, по подготовке его к работе в мирных условиях. В октябре 1944 г. постановлением правительства была определена программа неотложных мер по укреплению материально-технической базы радиовещания и восстановлению на новой технической основе телевидения.

7 мая 1945 г. в СССР впервые отмечался День радио. В этот день после длительного перерыва, вызванного войной, в Москве состоялась первая телевизионная передача. В октябре 1945 г. разрабатываются меры, предусматривавшие организацию телевизионного вещания в Москве сначала на довоенном стандарте четкости изображения, т.е. 343 строки, а затем, после реконструкции Московского телевизионного центра, – на 625 строк. Предусматривалось также строительство телевизионных центров в Ленинграде и Киеве [3].

15 декабря 1945 г. Московский телевизионный центр первым в Европе возобновил после войны регулярные передачи телевизионных программ с разложением изображения на 343 строки. На развитии телевидения сказывалось благотворное влияние радиовещания. В середине 40-х гг. еще трудно было полностью предвидеть возможности телевидения.

В ноябре 1948 г. началась реорганизация редакций районного радиовещания. Мотивировалась она необходимостью экономного расходования материальных средств и рациональным использованием журналистских кадров. В сельских районах функционировали две редакции – районной газеты и районного радиовещания, что приводило к нерациональному использованию журналистов и государственных средств. В результате реорганизации проведение радиопередач в сельских районах было возложено на редакции районных газет. Редакции радиовещания сохранялись в городах и наиболее крупных районных центрах, располагавших развитой радиотрансляционной сетью. Однако предпринятая реорганизация не дала желаемых результатов. Напротив, она привела к упадку районного радиовещания. Совмещение двух сфер деятельности оказалось не под силу редакциям районных газет. Через несколько лет редакции районного радиовещания были восстановлены.

К началу 50-х гг. заметно возросла роль телевидения в системе средств массовой информации страны. Так, во второй половине 1949 г. Московский телевизионный центр стал работать на новой аппаратуре. Речь идет о вводе в действие 29 июня 1949 г. передвижной телевизионной станции (ПТС), с помощью которой была осуществлена первая в СССР внестудийная передача – репортаж с футбольного матча на стадионе «Динамо».

Переход на новое оборудование, новые возможности, связанные с использованием ПТС, расширили телевизионную аудиторию. Продолжался процесс становления телевидения, и выявления его возможностей.

22 марта 1951 г. Совет Министров СССР принял постановление об организации ежедневных телевизионных передач из Москвы. Для успешного решения задач, вставших перед телевидением, были созданы редакции по образцу радио и газет – промышленности, сельского хозяйства, науки, пропаганды, спорта. В новые редакции пришли работать – впервые в истории телевидения – журналисты. Им надлежало овладеть мастерством аудиовизуального отображения действительности. Это было время повседневной учебы, неустанных творческих поисков, связанных с формированием документального телевидения [4].

Первые достижения не заставили себя ждать. В ноябре 1954 г. был передан в эфир первый телевизионный очерк известного публициста Е. Рябчикова. Очерк рассказывал о строительстве электростанции на Ангаре. Передача состояла из монтажа кинокадров, макетов, схем, фотографий и других документальных материалов, показ которых был объединен в единое целое выступлением автора перед камерой и его же закадрового

комментария. Рябчиков с той поры стал автором и комментатором многих телевизионных передач.

Первый репортаж с предприятия был передан по телевидению в январе 1955 г. Это был прямой эфир с московской кондитерской фабрики «Красный Октябрь». С тех пор событийный репортаж все чаще появлялся на телевидении. А через год-два он стал неотъемлемой частью программ Центрального телевидения.

С января 1955 г. ежедневным стало московское, а с октября 1956 г. – ленинградское телевидение [5].

К 1955 г. в стране насчитывалось около миллиона телезрителей, мощность радиостанций за прошедшее пятилетие возросла вдвое. В стране действовало 26 млн. радиоприемных устройств. Неуклонно расширялась аудитория радиослушателей.

Важным событием в послевоенный период явилось воссоздание в 1957 г. Союза журналистов СССР. В ноябре 1959 г. состоялся первый Всесоюзный съезд журналистов, на котором был принят Устав Союза, избраны руководящие органы – Правление и Центральная ревизионная комиссия.

#### **Список использованных источников:**

1. Печать СССР за 50 лет. Статистические очерки. М., 1967. С. 190.
2. КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. – М., 1987. С. 288.
3. О мероприятиях по развитию телевидения. Постановление Совнаркома СССР. Октябрь 1945 г. //Известия. 1945. 12 окт.
4. Об организации ежедневных телевизионных передач в Москве и о создании Центральной студии телевидения. Постановление Совета Министров СССР. 22 марта 1951 г. //Глейзер М. Радио и телевидение в СССР. Даты и факты (1917–1986). М., 1989. С. 70.
5. О мерах по дальнейшему развитию телевизионного вещания в СССР. Постановление Совета Министров СССР. 15 сентября 1955 г. //Глейзер М. Радио и телевидение в СССР. Даты и факты (1917–1986). С. 74.

©Сергиенко А.И., 2021

УДК 7.79

## СМЕРТЬ АВТОРА И РОЖДЕНИЕ МАССОВОЙ КИНОКРИТИКИ

Спрыгина М.Н., Мельников Е.С.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Известный французский философ-структуралист Ролан Барт однажды оставил в своём эссе об искусстве такую строку: «Присвоить тексту Автора – это значит, как бы застопорить текст, наделить его окончательным значением, замкнуть письмо». В самом деле, устранение авторской личности из обсуждения смысловой нагрузки произведения по меньшей мере ослабляет, а во многом и попросту делает бессмысленными любые притязания на расшифровку семантики произведения.

В то же время, незнание или нежелание узнавать авторское отношение к тем или иным смыслам, заложенным в художественное произведение, не ликвидирует сами вопросы, заданные в сюжете. Это касается как древнейших видов искусства наподобие живописи и литературы, так и сравнительно молодых отраслей – включая киноискусство.

Однако если в двадцатом веке кинокритика оставалась, по большей части, вотчиной профессионалов, то с рождением Интернета – и особенно с достижением пиковой популярности видеохостинговыми платформами наподобие YouTube – массовая культура стала наполняться мнениями, которые выдвинули не профессиональные критики или другие люди, связанные с большим искусством, а индивидами, которые попросту провозгласили себя кинокритиками – нередко честно признавая отсутствие у них какого-либо специализированного образования, связанного с искусством.

Любопытно, что вместо негативной реакции на открытое выражение дилетантского мнения Интернет в целом позитивно отнёсся к появлению таких блогеров. Изучение комментариев к видеороликам на YouTube позволяет заметить в том числе и восторги множества пользователей по поводу того, что критики наконец стали выходить из народа, а не из далёких академических кругов. Возможно, частично здесь сказалась ещё и потеря авторитета крупных киноакадемий и наградных комитетов среди молодёжи, например, некогда популярная премия «Оскар» сейчас активно критикуется среди молодых киноблогеров [1].

Таким образом, киноблогеры стали специфической альтернативой серьёзной кинокритике. С ростом популярности такого формата стали



появляться и критики, вкладывающие огромные усилия, а порой и солидные суммы для создания уникального видеоконтента, который, по мнению многих зрителей, не уступает документальному кино.

Хотя у нас нет цели рекламировать или, напротив, принижать достижения отдельных авторов, нельзя не отметить всё возрастающую частоту, с которой в Интернет-пространстве (в том числе русском) появляются крупные киоблогеры [2]. Помимо сравнительно общеизвестного Евгения Баженова, специализирующегося на сатирической переработке отечественных фильмов (или даже создании полноценных фильмов-пародий), в русском сегменте YouTube активно действуют такие блогеры, как Сурен (писатель и композитор из Калининграда, сосредотачивающийся на ультрареалистичном историческом разборе известных фильмов), Красный Циник (обозревающий фильмы с точки зрения логики и вопросов морали), Сокол, Чак и многие другие.

За рубежом действуют как широко известные индивидуальные блогеры (наподобие знаменитого Дагласа Уокера, или «Ностальгирующего критика»), так и целые команды киоблогеров (WhatchMojo, IGN, Critical drinker, хотя последний выступает в образе индивидуального блогера, используя команду только для технической обработки видео).

Если длительное время (примерно до 2014 года) у киоблогов, как правило, не было своей специфической тематики или метода анализа фильмов, то с ростом количества киоблогеров практически каждый самопровозглашённый критик сосредоточился на каком-то определённом методе, нередко связанном с его образом [3]. Например, Красный Циник намеренно ищет нелогичные моменты в сценарии, ругая их в преувеличенно эмоциональной манере; Ностальгирующий критик создаёт тематические мини-фильмы, воспроизводящие события какой-либо известной кинокартины и подчёркивающие различные нелепости и смешные моменты [4]; ведущий Cut the Crap разбирает десятки малоизвестных деталей, связанных с самим процессом съёмок; Александр Соколов намеренно разбирает малоинтеллектуальное, но популярное и «крутое» кино, пытаясь объяснить себе и зрителям, почему смотреть подобные фильмы весело [5]; Kinokos обращает внимание на ляпы и технические недоработки, а Хассельхоф составляет подробную статистику по самым разным аспектам анализируемого кинофильма.

Опять же, весьма примечательно, что если поначалу самозванных кинокритиков воспринимали нейтрально или даже относительно холодно (как показывают комментарии и рейтинги на YouTube в первые годы существования ныне известных каналов), то сегодня популярность разбора

как массовых, так и сравнительно нишевых лент со стороны обзорщика-непрофессионала вызывает колоссальный интерес зрителей.

Хотя наиболее популярными обзорщиками на YouTube становятся блогеры, преимущественно анализирующие успешные или нашумевшие фильмы последних лет, хватает авторов, посвящающих себя разбору интеллектуального кино. Ярким примером может служить интерес пользователей YouTube к интерпретации знаменитого фильма Робера Брессона «Наудачу, Бальтазар».

Картина «Наудачу, Бальтазар», также переводимая как «Случайный Бальтазар» или «Случайно Бальтазар», считается одним из самых трудных для интерпретации фильмов двадцатого века. Действительно, образ осла, терпеливо выносящего муки, уготованные ему людьми, поначалу, кажется, в сюжете совершенно случайным, если даже не откровенно ненужным элементом.

Сюжетные линии разворачиваются без прямого воздействия Бальтазара, нередко без его участия, а порой и попросту без его ведома. Тем не менее, терпеливая и безропотная фигура осла Бальтазара присутствует в абсолютном большинстве сцен, что как будто присваивает ему роль наблюдателя и молчаливого комментатора изображённых в фильме событий.

Однако даже часового захода в YouTube достаточно, чтобы услышать несколько кардинально разных вариантов интерпретации этого фильма, от призыва рассматривать его как аллюзию на жизнь Иисуса Христа до сведения всего творчества Брессона к тезису о том, что автора интересовала только череда необычных эпизодов, слабо связанных общим сюжетом.

Обратим внимание, что в текущей статье мы не торопимся выразить мысль, что «народная интерпретация» видеохостинга YouTube каким-либо образом лучше трудов авторитетных и признанных критиков. Тем не менее, нельзя не признать достаточно новым явлением возникновение буквально десятков каналов, на которых рассматриваются такие сложные для восприятия фильмы, как шедевр Брессона.

Подобным образом обстоит дело с картиной «Конформист» итальянского режиссёра Бернардо Бертолуччи. Этот фильм посвящён далёкой (но, как показывают последние события в мире, всё ещё способной возродиться) эпохе, когда слово «фашист» могло служить для человека чем-то вроде почётного титула. «Я фашист», – неоднократно признаётся герой фильма Марчелло, ещё не вполне понимая, что его поиски силы в фашистской партии – поиски силы, предположительно начатые после утраты этой силы ещё глубоко в детстве, когда его попытался изнасиловать водитель машины – ведут только к потере

человеческой личности, превращая его в человека-животное, о безжалостности которого писали ещё Золя и Сартр.

Неудивительно, что герой, с такой страстью отдающий свои надежды и чаяния фашистской партии, с той же, если не более свирепой силой выкрикивает слово «фашист» как проклятие уже в конце фильма, пережив на своём примере весь ужас торжественной поступи фашизма. Знаменитая сцена, в которой герой (на тот момент ещё фашист) смотрит в глаза любимой женщине (выступающей против фашизма), зная, что только он может её спасти, но позволяя её убить, почти дословно воплощает предупреждение другого героя этого фильма – профессора Квадри, считающего, что фашисты – не люди, а только тени людей, отражения, лишённые подлинной человечности.

Подчеркнуть основную мысль произведения постановщику помогает ряд новаторских визуальных решений. Немалую роль во всей первой половине фильма играют намеренно нестабильные, как бы «кривые» голландские кадры, передающие неуверенность протагониста Марчелло в собственных силах и правоте. Он верит лишь в силу, которой может наделить его партия, что и передаётся в сцене первой встречи протагониста и Манганьелло – агента, посланного страховать героя. В этой сцене чередой неровных, местами почти перевёрнутых кадров заканчивается долгим голландским («покосившимся») кадром, в котором герой заводит разговор с обратившимся к нему незнакомцем. Как только герой узнаёт, что незнакомец приехал его страховать и что он выполняет в партии роль агента-силовика, кадр «встаёт на место», передавая успокоение протагониста и его веру в то, что организация его защитит.

Одному только обсуждению игры тени и света в шедевре Бертолуччи посвящено сразу несколько разборов на YouTube [6]. Существуют ролики, сосредоточенные изолированно на сюжете «Конформиста», его персонажах, исторических деталях и тому подобном. Таким образом, не пытаясь поставить «кинокритиков из народа» выше профессионалов, мы, однако, не можем удержаться от предположения, что массовому пользователю платформы YouTube, как правило, легче и веселее ознакомиться с родной для него подачей видеоблогера, чем со сложной научной статьёй с её терминами, сдержанной научной подачей, отсылками к малознакомым в широких кругах работам и т.д.

В завершение нашего исследования обратимся к фигуре, с которой мы и начали разговор о массовой кинокритике. Ролан Барт считал, что «коль скоро Автор устранен, то совершенно напрасным становятся и всякие притязания на расшифровку». В какой-то степени можно предположить, что кинокритики из народа прикрываются этой, не вполне осознанной массами, идеей об отсутствии явного авторского мнения для

создания критических обзоров, которые служат лишь выражением частного мнения самого критика. Некоторые самопровозглашённые критики (Красный циник, Соколов, Cut the Crap и многие другие) даже открыто говорят об этом в начале большинства видеороликов. Но в то же время нельзя не испытывать любопытство, наблюдая рождение нового Интернет-феномена: массового интереса к частной и субъективной интерпретации фильмов. Люди открыто делятся своими теориями как относительно уже снятых фильмов, так и относительно лишь предстоящих к выходу кинокартин (последнее даже породило отдельный феномен – анализ трейлера). Будет ли это способствовать улучшению художественного вкуса и повышению аналитических способностей массовой аудитории, пока судить ещё рано. Однако всё в жизни организовано так, что вакуум рано или поздно оказывается чем-либо заполнен, и если смерть автора в самом деле состоялась, то появление массовой кинокритики выглядит как раз ответом на вопрос, кто теперь будет судить о вложенных в кинокартины смыслах с авторитетных позиций.

**Список использованных источников:**

1. Степанова А.В., Безменова Л.Э., Рахматуллина Д.Р. Интертекстуализация как ключевой механизм создания текста трейлера. Электронная библиотека «Киберленинка», 2020. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/intertekstualizatsiya-kak-klyuchevoy-mehanizm-sozdaniya-teksta-treylera/viewer> (дата обращения: 11.11.21)

2. Список популярных ресурсов с кинообзорами на видеохостинге YouTube. Электронный портал «Kudago». <https://kudago.com/all/list/kanalcy> (дата обращения: 10.11.21)

3. Казючиц М.Ф. К вопросу об авторском дискурсе в современных игровых телесериалах России. «Киберленинка», 2020. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-avtorskom-diskurse-v-sovremennyh-igrovyyh-teleserialah-rossii/viewer> (дата обращения: 09.11.21)

4. Боровенков А.Е. Смеховая культура видеоблогинга. «Киберленинка», 2020. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/smehovaya-kultura-videobloginga/viewer> (дата обращения: 13.11.21)

5. Медведева А.Р. Мультимодальная аргументация в жанре «обзор плохого кино». «Киберленинка», 2020. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimodalnaya-argumentatsiya-v-zhanre-obzor-plohogo-kino/viewer> (дата обращения: 09.11.21)

6. Бейненсон В.А. Медиакритика на профессиональных и любительских YouTube-каналах как фактор развития медиаграмотности. «Киберленинка», 2020. Режим доступа:

<https://cyberleninka.ru/article/n/mediakritika-na-professionalnyh-i-lyubitelskih-youtube-kanalah-kak-faktor-razvitiya-mediagramotnosti> (дата обращения: 11.11.21)

©Спрыгина М.Н., Мельников Е.С., 2021

УДК 8.80

## ЭПОХА ОСУЖДЕНИЯ

Токарева Т.С., Мельников Е.С.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Отношения между людьми, не приносящие удовольствия, а вызывающие лишь дискомфорт, в эпоху развития информационных технологий уже получили чёткое определение. Об этом явлении, тогда ещё не имевшем названия, писал Лев Толстой в знаменитом произведении «Война и мир». Отношения между отцом – князем Болконским и дочерью – княжной Марьей, нельзя назвать нормальными. Постоянная ругань и упрёки со стороны отца раскачивают и без того нестабильную психику Марьи Болконской. Литературный критик Н. Страхов говорил – «В сущности, старик беспредельно любит свою дочь – в буквальном смысле не мог бы без нее жить; но эта любовь у него извратилась в желание наносить боль себе и любимому существу». Можно ли назвать это любовью? Ответ очевиден – это токсичные отношения, которые нужно прерывать, несмотря на близкую родственную связь.

Термин «токсичный», как понятие, обозначающее отравляющее поведение человека в обществе, вышел из профессионального использования и стал широко востребованным в медийной, социальной и политической сфере и набирает популярность и по сей день. По версии Оксфордского словаря этот термин стал словом года в 2018 году [1]. Основной причиной продвижения в рейтинге стала популяризация движения #MeToo, основной целью которого стала поддержка женщин, ставших жертвами харассмента. По статистике, проведенной американской компанией Bloombering – «Только в США о сексуальном насилии и домогательствах публично сообщили 429 человек» [2]. Многие из обвиненных были уволены или добровольно ушли с поста. Итогом движения на 2017 год сразу в нескольких странах, стали поправки в различные законодательные акты, касающиеся домогательства и других форм сексуального насилия.

Самая скандальная новость о деле по харассменту, посвящена Харви Вайнштейну – фундаменту Голливуда и создателю многочисленных

блогбастеров. Он домогался до молодых актрис и сотрудниц около 35 лет. Итогом стало отречение общества от бывшего столпа Америки. От него ушла жена, его выгнали из студии, сооснователем которой он был. Верховным судом штата Нью-Йорк его приговорили к 23 годам лишения свободы, но вместо отбывания наказания он отправился в госпиталь с болями в сердце сразу же после оглашения приговора. На сегодняшний момент адвокаты продюсера готовят обжалование решения суда.

В 2019 году по делу Харви Вайнштейна был снят фильм – «Быть Харви Вайнштейном», рассказывающий о взлетах и падениях киномагната, от лица пострадавших и разоблачителей. Этот фильм стал не первым и не последним произведением, посвященным харассменту. Для российских читателей малоизвестно дело экс-директора Fox News – Роджера Айлза. Фильм «Скандал» и мини-сериал «Самый громкий голос» посвящены его истории и отношениям с сотрудницами.

Помимо историй из-за рубежа, токсичные отношения и харассмент встречаются и в России. Евгения Огурцова, бывшая участница группы «Ранетки» недавно выпустила книгу «Счастливый билет в ад», посвященную издевательствам и недостойному поведению со стороны руководствующего состава, в том числе музыкального продюсера и директора группы Сергея Мильниченко. Стоит отметить, что обвинения в адрес Сергея, поступали ещё в 2008 году от журналистки Екатерины Гордон.

Вернемся к основной теме статьи. Второй весомой причиной распространения слова «токсичный» стала неприемлемая ситуация отравления Юлии и Сергея Скрипаль нервнопаралитическим веществом. Словосочетание «токсичное вещество» заняло первое место по рейтингу Оксфордского словаря. Жертвы отравления выжили, однако инцидент в городе Солбери спровоцировал крупный международный скандал.

Если обратиться к истории, то можно заметить, что первое употребления слова было связано со словосочетанием «токсичная маскулинность» в 1995 году. Сам по себе термин «маскулинность», по словам социолога Ольги Таркатовской обозначает определенный набор практик и представлений, которые отвечают на вопрос о том, что значит быть правильным мужчиной в данное время и в данном социальном окружении [3]. Введение термина «токсичная маскулинность» приписывают Роберту Блаю, автору книги «Железный Джон: мужчины и мужественность» и лидеру мифопоэтического движения 1980-х годов, – так он назвал «изношенные представления общества, которые игнорируют глубину мужских чувств» [4]. Последствиями этой тенденции выделяют игнорирование мужчинами собственных проблем, нелюбовь к своему телу,

различные психические отклонения и зависимость от психотропных веществ.

В последнее время, в связи с широким использованием интернета, в том числе социальных сетей, и неограниченным количеством разнообразного контента увеличилось и число недовольных пользователей. Осуждению подвержены и личные фотографии, и авторский контент. Зачастую, отзывы основаны на необоснованной критике, что свидетельствует о нестабильном эмоциональном состоянии людей, выполняющих подобные действия ради выплескивания эмоций. По данным исследования И.Е. Ворониной и В.А. Гончарова количество использования негативно окрашенной лексики в социальной сети «ВКонтакте» неамного, но все же превышает противоположные по окраске слова [5].

Наибольшую актуальность слово «токсичный» всё же приобретает по отношению к выбору способа руководства на различных уровнях. На первом месте при выявлении неправильного метода управления выступают психологические факторы – тип темперамента, установки и психические расстройства. Руководитель выстраивает разрушительную для ментального здоровья коммуникативную цепочку, достигая при этом самоутверждения в коллективе, используя психологическое воздействие на адресата [6].

В Австрии, выделяют термин «период осуждения». Он обозначает промежуток времени между неудавшимся экзаменом и повторением этого экзамена [7]. Я бы назвала сложившуюся в XXI веке тенденцию распространения негативных терминов и ненависти пользователей к разнообразному виду контента – эпохой осуждения. После инцидентов за рубежом по всему миру принимаются поправки в законодательные акты, это способствует уменьшению случаев харассмента, но при этом огласка в СМИ, литературе и кинематографе повышает не только информирование граждан и сосредоточение на значимых проблемах, но и провоцирует неоправданный негатив в социальных сетях. Эпоха осуждения станет периодом исправления ошибок для перехода к новому этапу, но только путем решения задач в виде повышения толерантности и нравственных принципов граждан.

#### **Список использованных источников:**

1. Электронный словарь «Oxford Learner's Dictionaries». Режим доступа: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (дата обращения: 11.11.21)

2. Статья «Год движению #MeToo». Электронный журнал «Медуза». Режим доступа: <https://meduza.io/feature/2018/10/10/god-dvizheniyu-metoo->

что-оно-изменило-могут-ли-вернуться-к-нормальной-жизни-те-кого-обвинили-в-домогательствах (дата обращения: 12.11.21)

3. Статья «Что такое токсичная маскулинность и почему о ней стали говорить». Электронный ресурс «РБК: Тренды». Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/social/6125f4d69a79471ca69f769c> (дата обращения: 12.11.21)

4. Статья «Токсичная маскулинность». Электронный журнал «Смотрим». Режим доступа: <https://smotrim.ru/audio/2586066> (дата обращения: 11.11.21)

5. Анализ эмоциональной окраски сообщений в социальных сетях (на примере сети «ВКонтакте»). И. Е. Воронина, В. А. Гончаров. Статья. – Вестник ВГУ, серия: системный анализ и информационные технологии, № 4. – Воронеж, 2015. – С. 151-158.

6. Токсичный руководитель: лингвоэкология речевого поведения. С.В. Ионова. Статья. Электронный ресурс «Киберленинка». Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/toksichnyu-rukovoditel-lingvoekologiya-rechevogo-povedeniya/viewer> (дата обращения: 10.11.21)

7. Universitat Klagenfurt. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.aau.at/studium/studienorganisation/studienabschluss/studienabschluss-essende-pruefungen> (дата обращения: 13.11.21)

©Токарева Т.С., Мельников Е.С., 2021

**УДК 070:316.772.5, 791.43.03**

**ФЕНОМЕН ФИГУРА-ФОН  
КАК ИНСТРУМЕНТ ПОДГОТОВКИ  
АУДИО-ВИЗУАЛЬНОГО МАТЕРИАЛА  
НА ТЕЛЕВИДЕНИИ И В МЕДИАСФЕРЕ**

Губанова Г.И., Торопов К.П.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Современные коммуникационные технологии в большей мере обращены к визуальным или аудиовизуальным формам, что объясняется развитием цифровых технологий, глобализаций, отодвигающей на второй план вербальные формы в условиях общемирового обмена информацией, появлением нового коммуникативного пространства, развитием сетевых коммуникаций и другими факторами.

Так как в современной информационной среде растет значимость визуальной стороны информации и преобладают визуальные материалы в



СМИ и на Телевидении, различные видеоматериалы, то соответственно растет актуальность исследований зрительного восприятия.

Одним из ключевых моментов зрительного восприятия в различных исследованиях представлен феномен фигура-фон – изменяющиеся параметры восприятия главного и второстепенного на изображении (статическом или динамическом).

В данной статье дается обоснование значения феномена фигура-фон в подготовке телевизионного и медиа аудиовизуального продукта. Аналитика и обобщение особенностей бытования данного феномена в современных видеоматериалах, может позволить представить классификацию вариантов его использования, что поможет обеспечить более динамичные и эффективные подходы к созданию видеоматериала.

Особенности феномена фигура-фон в том, что он связан с остальными выразительными средствами, и может быть рассмотрен в контексте взаимовлияния фигуры-фона и других средств выразительности, таких как контраст, яркость и пр. Теоретические выводы дополняются результатами апробации предложенных подходов. Обзор примеров продукции с использованием феномена фигура-фон на ТВ и в медиасфе показывает, что данные варианты присутствуют в различных материалах, но в научных статьях нет подобного обобщения.

В плоском экранном изображении фон как правило, выступает в функции создания реальности, окружающей героя. Но важно в организации кадра что это не просто глубина кадра. Особая выразительность и смысловая наполненность возникает в случае, когда «глубина – это прежде всего событие глубины, место реальности в кадре» [1, с. 23].

В стандартном телесюжете фон в стендапе выбирается или динамический, событийный или статичный, но раскрывающий признаки события. Эти признаки не имеют отношения к корреспонденту, именно потому, что мы знаем, что функция корреспондента рассказать о событии, это не его личный мир, не его личное событие, раскрывающее его черты.

Фигуру-фон можно рассмотреть в контексте феномена художественного эффекта на телеэкране. На телевидении используются различные художественные эффекты, исследователи отмечают такой прием выразительности и донесения информации как использование пустого фона для размещения различных изображений и текстов, которые закрывают часть экранной реальности, то есть усекают кадр в той его части, которая опознаются в зрительском восприятии как фон в паре фигура-фон.

Шабалин В.В. отмечает, что эффекты возможны: «в виде анимированного титрования, динамично оформленных межкадровых

склеек, внутрикадрового формирования экранного пространства, дополненной и усеченной реальности» [2, с. 627].

Для современной коммуникации характерно такое сочетание действия в кадре и визуальной информации, включающей элементы графического дизайна, бегущую строку, текст, логотип и пр., которая с одной стороны усекает изображение, с другой дополняет информацию. Это характерно и для телевизионного контента, и для видеопродукции в медиасфере.

Можно сделать вывод, что дополнительная информация в кадре, использующая пространство, которое опознается как фон, более активно заставляет зрителей менять отношение к фону, который становится фигурой, таким образом активизируется замена или чередование по типу фигура-фон для объектов, которые являлись фигурой в данном кадре. Если бы не было дополнительной информации, усекающей фон, то восприятие было бы направлено на фигуру. Но в случае с внесенной информации возникает «конкурент» для этой фигуры: основное изображение и дополняющие элементы попеременно выступают в функции фигуры, то есть значимого элемента кадра.

Цветовые варианты организации отношений фигура-фон также постоянно применяются на телевидении и в видеоматериале. Наиболее общий подход – прямой контраст, где противопоставляются светлые и темные элементы. «Различают два вида контраста: прямой, когда предмет темнее фона, и обратный, когда предмет ярче фона» [3, с. 23].

Феномен фигура-фон в материалах ТВ и медиасферы проявляется и в новых формах работы с экраным контентом.

Инструмент фигура-фон, как и во всяком изображении, используется и в создании автопортрета (селфи) в фото и видео. Е. Сальникова отмечает, что «вариативность соотношений зримого и физического восприятия влияет на культурные процессы, художественные принципы искусства и атмосферу повседневности» [4, с. 36].

Обилие вариантов применения феномена фигура-фон, требует классификации этих вариантов, но объем статьи позволяет обратить внимание лишь на некоторые.

Можно отметить ряд приемов выразительности, где особое значение имеет феномен фигура-фон, например, прием прогулка и разговор Walk and talk, хотя и был частично апробирован несколькими кинематографистами, но все же обычно связывается с именем Соркина.

Выдающийся сценарист и режиссер Аарон Соркин совместно с режиссером Томасом Шламмом апробировал прием в Sports Night. Визуально Шламм отошел от привычного для тех лет широкоугольного снимка к более близкому снимку с острым углом, Такой снимок позволяет

показать только верхнюю часть тела персонажей. В знаменитом шоу Соркина NBC «Западное крыло» активно применялся этот способ. Соркин применил его как свой коронный прием и в своем шоу Studio 60 на телеканале «Полоса заката».

Стандартно этот прием помогает создать ощущение занятости персонажей, но одновременно он выступает эффективным инструментом создания иллюзии реальности, за счет динамичного живого фона, активной смены ракурсов, многократного переключения с фигуры на фон, и переключения на новую фигуру, человека, который подключился к разговору.

В подобном приеме фон можно охарактеризовать как адресный, указывающий на то, где именно происходит событие, где стоит или идет герой. А также определить роль быстрой смены фона-фигуры для усиления динамики.

Таким образом, можно сделать выводы о значимости работы с феноменом фигура-фон в творчестве оператора и режиссера монтажа.

Фон является второстепенным по отношению к фигуре, но это мнимая второстепенность фона, связанная с зрительным восприятием. По значимости как художественно-технологическое средство в работе профессионального оператора и режиссера монтажа фон играет важную роль, различное его наполнение и соотнесенность с фигурой влияет на создание образа и передачу информации.

**Список использованных источников:**

1. Аронсон, О. Метакино [Текст] / О. Аронсон. – М. : ad marginem, 2003. – 261
2. Шабалин В.В. Художественные эффекты на телеэкране: от визуального аттракциона к выразительному средству монтажа //Художественная культура. 2020 № 4 (35)
3. Прокоп Прокопенко В. Т., Трофимов В. А., Шарок Л.П. Психология зрительного восприятия/Учебное пособие. СПб: СПбГУИТМО, 2006. – 73с.
4. Сальникова Е.В. Феномен визуального. От древних истоков к началу XXI века. Монография. М.: Прогресс-Традиция, 2012

©Губанова Г.И., Торопов К.П., 2021

УДК 791

## СВЕТ КАК ВЫРАЗИТЕЛЬНОЕ СРЕДСТВО ЗРЕЛИЩНЫХ ВИДОВ ИСКУССТВ

Карпов Э.С., Федорова Е.И., Симаков И.О.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В современном мире каждый из нас постоянно сталкивается с различного рода видеоконтентом в самых разных местах: передачи по телевизору, ролики на платформе YouTube, видео в социальных сетях. Мы смотрим, вникаем в суть, нам нравится или наоборот не нравится. Но что, если рассмотреть причину возникновения позитивного или негативного восприятия видеоматериала?

Для начала стоит разобраться в понятиях «зрелищные виды искусств» и «выразительное средство».

На протяжении многих лет человек пытался создать различные формы художественного осмысления окружающего мира. Зрелищные формы мировосприятия передавались из поколения в поколение, изменяясь под влиянием социальных изменений: «Подобные трансформации происходят на фоне обширных культурно-исторических изменений, связанных с промышленной революцией и как следствие возникновением массового, серийного производства. Такой качественно новый этап в развитии культуры – трансформация в культуру массовых зрелищ – установил водораздел в трактовке феномена искусства в целом» [1]. На сегодняшний момент зрелищное искусство занимает одно из основных мест в жизни человека и продолжает развиваться.

Сейчас под понятием «зрелище» понимается всё что воспринимается с помощью взгляда, то, на что смотрят (явление, происшествие, пейзаж, спортивный парад или состязание): «То, что представляется, открывается взору, является предметом наблюдения, обозрения» [2]. В области искусства термин «зрелище» иногда употребляют в качестве синонима слова «представление» – театральное, концертное и другие. Чаще это слово употребляется в качестве прилагательного – «зрелищные предприятия», «зрелищные виды искусств».

Зрелищные виды искусства – это виды искусства, в которых главным является шоу, зрелище или концерт, и которые воспринимаются при помощи зрения. Также их иногда называют смешанные или синтетические виды искусства, игровые искусства. Направлены такие искусства как на эстетическое наслаждение, так и на развлечение человека. Именно человек

является основным объектом, при помощи которого зрелищное искусство доносится до зрителя. В этой классификации определяющим становится присутствие зрителя, являющегося полноправным соавтором зрелищного искусства.

Как же зритель может являться соавтором зрелищного искусства? В этом каждому человеку помогают выразительные средства. Через выразительные средства автор произведения искусства может доносить до аудитории различные мысли и смыслы, которые по каким-либо причинам не нужно раскрывать прямолинейно или очевидно.

Выразительные средства в различных своих проявлениях способны создавать уникальные эффекты в рамках взаимодействия человеческого сознания с произведением искусства. Уникальность заключается в индивидуальной трактовке, зависящей от контекста материала и от сознания зрителя. Именно создание каждым зрителем в своей голове уникальных трактовок одного и того же произведения искусства делает их соавторами зрелищных искусств.

Рассматривая выразительные средства зрелищных видов искусств, необходимо определить существующие виды зрелищных искусств.

Среди зрелищных видов искусств выделяют театр, оперу, эстраду, цирк, киноискусство, хореографию, балет, телевидение. Телевидение и киноискусство отличаются от остальных видов тем, что запечатленные на пленку однажды, они навсегда сохраняются в неизменном виде, в то время как театр, опера, эстрада, цирк, хореография и балет – это живые виды искусства и из раза в раз в них что-то меняется, в том числе и выразительные средства. Именно сохранение произведений искусства кинематографа и телевидения на данный момент позволяет экспертам проводить аналитическую деятельность по изучению изменения выразительных средств.

Говоря о выразительных средствах зрелищных искусств, необходимо выделить основные, помогающие зрителям дополнить уже имеющееся произведение своими уникальными деталями. К выразительным средствам зрелищных искусств относят звуковое сопровождение, цветовое решение, световые приемы, драматургию произведения, актерское мастерство, грим, декорации, монтажные и операторские приемы (в случае, когда речь идет о телевидении и киноискусстве). Общим словом эти средства можно охарактеризовать как визуальные средства выразительности.

В зрелищных видах искусства в качестве средств передачи информации были выбраны визуальные средства. Таким образом, конечным продуктом всех манипуляций с объектами произведения и средствами выразительности должно быть зрелище (визуальное изображение в случае киноискусства и телевидения), которое человек

может комфортно воспринимать. Основные понятия о том, как мы видим мир, помогут при выборе композиции сцены (сцена является общим элементом всех видов зрелищных искусств, так как даже в киноискусстве существует понятие сцены в рамках сценария, а на рабочем языке работников цеха кинопроизводства сценой является съемочная площадка) и постановке освещения.

В рамках данной статьи стоит более подробно поговорить о свете как выразительном средстве зрелищных видов искусств в рамках телевидения и киноискусства, так как в случае остальных видов зрелищных искусств в большинстве случаев свет выполняет функцию заполнения пространства, реже делаются акценты и особые художественные решения, призванные передать нечто большее, нежели мотив и настроение кого-то или чего-то определенного.

Существуют различия между восприятием сцены глазом и преобразованным изображением с камеры. Свет как выразительное средство и как рабочий инструмент должен быть индивидуально подобран и скорректирован.

Одной из целей освещения является создание ряда контрастов, которые либо отвечают требованиям продукта, либо выражают творческие мысли создателей. Яркость отражающей поверхности воспринимается человеком по-разному в зависимости от яркости других окружающих ее поверхностей. Человеческое зрение логарифмически реагирует на равные изменения яркости. Это моделируется изменением оттенков серого. Глаз постоянно адаптируется к изменениям цвета и имеет гораздо больший динамический диапазон яркости, чем камера.

Оператор (с осветителем) может получить необходимые результаты в определенном кадре, работая с жесткостью или мягкостью света и его направлением (спереди, сбоку, сзади, вниз, вверх), с количеством источников и цветовой температурой. Автоматические настройки камеры часто не различают приоритеты изображения, поэтому их следует изменять вручную. Аналогично, простое принятие существующей освещенности означает отказ от наиболее продвинутых средств создания изображения. Местный свет (имеющийся в распоряжении) – это любая комбинация солнечного света или искусственного света на определенном съемочной площадке.

Нет «правильной» схемы освещения. Каждая сцена может быть освещена различными способами, каждые из которых создают разное настроение и впечатление. Тем не менее, существует ряд устоявшихся методов, позволяющих художникам по свету избежать временных издержек при установке световых приборов.

Свет на телевидении создает настроение и композицию, делает акценты, создает рисунок и контрастность. Есть атмосфера сцены и ее настроение. Свет является решающим художественным средством в телевизионном производстве и киноискусстве.

Разберемся более подробно в вариациях освещения, которые можно встретить по отдельности или комбинированно при просмотре продуктов экранных искусств.

Общее освещение является основным и самым ярким источником света. Он должен быть установлен в первую очередь и используется для освещения формы объектов и ведущего.

Заполняющий свет: вид света смягчает тени. Большинство из них расположены на противоположной стороне от основного освещения.

Фоновый свет идёт сзади. Часто используется, чтобы отделить персонажа от темного фона, придать ему глубину и подчеркнуть его форму. Свет может помочь устранить «плоскость» объекта.

Рисующий свет, это свет, который светит на героя сбоку. Идеально подходит для создания контура, основанного на контрастном освещении. Эта техника успешно используется со времен фильмов жанра «нуар». Такая техника может быть использована при интервью. Иногда мы видим такой свет, когда герой телевизионного выпуска желает быть анонимным, его специально затеняют, чтобы в кадре был виден только силуэт, без ярких черт.

Практический свет – это «настоящий», присутствующий в кадре по сценарию свет: лампы, свет от телевизора, камины, полицейские прожектора и так далее.

Отраженный свет – это свет, который попадает на объект от отражателя. Есть специальные инструменты для этого, вроде металлизированного диска и пенополистирола, но он может поступать также и от потолка или стен – вариантов множество.

Мягкий свет – это скорее термин, описывающий резкость света, а не его размещение. Он исходит из источников с большой площадью или с определенной смягчающей насадкой. Такой свет производит мягкие тени, а если он достаточно большой – совсем не оставляет теней, создавая «грунт».

Жесткий свет создает резкие тени. Он может быть легко получен от небольшого источника света с сотами или полуденного солнца. Жесткий свет редко используется на ТВ, но обязательно должен быть упомянут. Давайте повторим то, что было сказано ранее о мягком свете – «мягкость» в основном зависит от рассеивателя.

Существует специально введённое для работы со светом в павильоне понятие светового ключа. «Световой ключ – это система

экспонетрического контроля, при которой за исходную величину принимается яркость лица в светах» [3].

«Высокий ключ» – это светлый, бестеневого стиль освещения с большим количеством, заполняющего света. Сегодня высокий ключ часто используется в рекламе косметических средств, ситкомах и музыкальных клипах.

«Низкий ключ» характеризуется малым количеством света, что дает преимущественно темную, наполненную тенями картинку. Заполняющий свет или не используется совсем, или используется минимально. Низкий ключ применяется для создания настроения и больше подходит для работы с тенями.

Свет также делает акцент на деталях, помогает убрать несовершенство и подчеркнуть достоинства. Студия может быть освещена различными способами. Используются при этом различные типы источников света, которые можно использовать в работе.

Освещение на телевидении и в киностудии – это не просто способ сделать предметы видимыми. Оно также должно удовлетворять и множеству других, подчас противоречивых задач. Хорошее освещение направляет интерес зрителя. Оно направляет его внимание на наиболее важные черты, так как взгляд зрителя обычно устремлен на самую яркую область экрана. Освещение может предоставить камере возможность для композиции.

#### **Список использованных источников:**

1. Шульцман П. Э. Проблема зрелища в контексте экранной культуры / П. Э. Шульцман // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. М., 2011. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-zrelischa-v-kontekste-ekrannoy-kultury/viewer> (дата обращения: 23.11.2021)

2. Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка. / С. А. Кузнецов – СПб.: НОРИНТ, 2000. – 1536 с.

3. Волынец М. М. Профессия: оператор. / М. М. Волынец – М.: Аспект Пресс, 2008. – 184 с.

**©Карпов Э.С., Федорова Е.И., Симаков И.О., 2021**



УДК 659.18

## СОВРЕМЕННОЕ МЕДИАПРОСТРАНСТВО В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Хартукова А.Д.

Научный руководитель Аржанова К.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления», Москва*

В условиях цифровизации, когда интернет стал неотъемлемой частью жизни практически каждого человека, нельзя недооценивать его роль и в осуществлении бизнеса. В век цифровых технологий интернет – это глобальная площадка создания, публикации, передачи и трансляции информации, которая каждый день обновляется и имеет прогрессивное развитие. Медиапространство – это электронная среда, возникающая с помощью виртуальных средств коммуникации и передачи информации, огромное электронное сообщество, в котором различные компании, группы могут одновременно коммуницировать друг с другом. Можно утверждать, что медиапространство – это новый способ контакта средств массовой коммуникации и людей.

С возникновением такой глобальной сети, как интернет, можно выделить особую часть новой реальности, которой активно пользуется современное общество, особенно молодежь. Теперь каждый может наблюдать жизнь человека через различные платформы: Youtube, Tiktok, Instagram, знать где находится человек, что он делает, о чем думает. Все это находится в общем доступе. Эта «новая» реальность представляется современному обществу как игра на сцене, где видна красивая картинка общественных отношений.

Любое событие, которое происходит с нами в условной, общепринятой реальности, в мгновение проявляется на экране нашего телефона, а потом так же быстро выгружается в виртуальную среду. Многие люди придают огромное значение такому формату, считают, что это имеет определенный смысл, суть, которые будут признаны именно в медиапространстве. Далее данные действия становятся не только хранилищем надуманных смыслов, но и культурой обыкновенной реальности. Таким образом можно выделить основную особенность интернета в бизнесе – он позволяет создать принципиально новую среду коммуникации со своей целевой аудиторией.

В начале 2021 года Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ) провела исследование, в котором проанализировала динамику рынка электронной коммерции в России [1]. По данным АКИТ, в 2020 году доля электронной коммерции в общем объеме розничного рынка

составила 9,6%. Доля локального рынка в 2020 году увеличилась до 86%, на трансграничную торговлю приходится лишь 14% (в 2019 г. – 71% и 29% соответственно). Такое значительное снижение доли трансграничного рынка связано с относительно новыми реалиями нашей жизни, а точнее пандемией – какое-то время этот канал работал прерывисто, с перебоями, с ограничениями грузоперевозок, нарушением логистики, сроки доставки товаров были увеличены.

В условиях пандемии многие стали активно развивать свои страницы в Инстаграм, в Вконтакте, создали интернет-магазины. Малый и средний бизнес понял важность использования интернет-технологий в продвижении своих товаров и услуг, а некоторые даже полностью перешли на онлайн-продажи. Кроме того, активно стали развиваться онлайн-школы и образовательные центры, а фитнес-центры стали предлагать различные онлайн-занятия. И, если раньше казалось невозможным заниматься йогой или шейпингом онлайн, то в условиях пандемии многие перешли именно на онлайн занятия. Кроме того, возросла роль медиа, т.к. практически на каждом канале, на страницах в Инстаграм или просто играя в телефоне можно встретить рекламные видео-ролики или посты.

В 2020 году получили свое активное развитие маркетплейсы, объем продаж которых вырос на 108% и составил 721 млрд. руб. Средний чек всех заказов составил 1780 руб., а всего за 2020 год было сделано 405 млн. заказов. В целом же, в 2020 году в электронной торговле было сделано 830 млн. заказов, т.е. около половины из них было сделано в маркетплейсах. В целом прирост по количеству заказов в электронной торговле составил 78%, а средний чек сократился на 14% и составил 3260 руб. [2]. Снижение среднего чека также связано с тем, что интернет-магазины стали предлагать более выгодные условия на доставку. Если раньше во многих магазинах была установлена определенная сумма на заказ с бесплатной доставкой, то сейчас практически везде нет минимальной суммы на заказ, а доставка практически всегда бесплатная. Причем, стоит отметить, что такие лидеры рынка маркетплейсов в России, как Wildberries и Ozon вышли на белорусский рынок, предлагая покупателям бесплатную и быструю доставку.

Влияние пандемии на рост e-Trading в России составит не менее 6% в среднем в год на протяжении еще около 5 лет. Совокупный дополнительный прирост за счет факторов и условий новой коронавирусной инфекции за эти годы составит 4,4 трлн. рублей из 23,3 трлн. рублей общего объема рынка за эти годы [3].

Выделим основные тенденции развития медиа-пространства на перспективу:

1. Прирост новых покупателей, которые до пандемии не пользовались интернетом. В период пандемии более 10 млн покупателей сделали заказ впервые. Большинство из них начали делать заказы в результате того, что офлайн-магазины закрылись. Следовательно, увеличилась роль медиaprостранства в цифровой среде.

2. Вынужденная изоляция. Поскольку теперь жизнь поделилась на «до» и «после» COVID-19, и многие заведения все еще работают в ограниченном режиме, а часть населения остается дома, на карантине, и выполняет указания органов здравоохранения, заказ различных товаров и еды на дом стал более безопасным способом потребления. Даже после полного снятия ограничений, огромный процент населения будет доверять онлайн-заказам в целях собственной защиты и безопасности близких. Это позволит многим компаниям перевести медиа в интернет-среду.

Таким образом, тренды направлены на создание условий, которые с легкостью закроют проблемы потребителя по приобретению товара в магазине через интернет-платформу. Более того, такие условия благоприятно сказываются на максимальном «прогреве» потенциальных клиентов и их привлечении. Для этого важно постоянно совершенствовать свои веб-ресурсы, оптимизировать контент, чтобы он был наиболее релевантен поисковому запросу, прорабатывать интерфейс и конверсионные элементы. Также стоит взять во внимание то факт, что будущее e-commerce за автоматизацией процессов и максимальной персонализацией обращений, направленных на удовлетворение потребностей целевой аудитории, развитие омниканальности, которая имеет место быть в медиaprостранстве. Последствия пандемии значительно изменили спрос в сторону увеличения потребления цифровых услуг и онлайн-торговли. На данный момент тяжело рассуждать о дальнейших событиях в бизнес-среде. Однако, пандемия спровоцировала активное движение в цифровое пространство и увеличение доли электронной коммерции в торговле. В свою очередь, такие перемены ведут к повышению качества жизни населения, его полного удовлетворения и закрытия различных болевых точек, что немаловажно в постпандемийный период.

«Covid-19 внесла новшества в то, как компании взаимодействуют со своими клиентами в интернете. Во время этой пандемии компании использовали маркетинг в социальных сетях таким образом, что они не только продают свои продукты, но и берут на себя роль усилителя и сторонника. Эта новая тактика не должна закончиться, как только пандемия закончится. Они могут быть усовершенствованы и адаптированы к обычным временам и могут дать компаниям новые идеи для их маркетинга» [4, с. 56].

Использование в медиапространстве цифровых технологий и интернета позволяет стереть рамки, стереотипы, границы, цензуры. Практически абсолютная анонимность, открытость большого блока информации позволяет активно использовать и находить необходимую информацию. Использование социальных медиа для любой организации является возможностью представить себя в медиа пространстве, увеличить целевую аудиторию, убрать территориальные границы. Пандемия позволила бизнесу выйти за рамки города и территориальной локации, стерлись границы и барьеры посещения, например, йоги, в фитнес-клубе Москвы. Теперь достаточно открыть интернет, оплатить абонемент и заниматься йогой дома с инструктором через Zoom. Или, не выходя из дома научиться играть, петь, разговаривать на английском и т.п. Увеличилось количество образовательных курсов, которые предлагают различные онлайн-программы и курсы. Многие из них даже предусматривают выдачу сертификатов государственного образца. Все это казалось невозможным еще 1,5 года назад, а сейчас является вседоступным.

**Список использованных источников:**

1. Интернет-торговля в России 2020: объем составил 3,2 трлн. руб. [Электронный ресурс] / tass.ru – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/10730671> (дата обращения: 13.11.2021).

2. Исследование: объем рынка e-commerce в России в 2020 году достиг 2,7 трлн. рублей [Электронный ресурс] / retailer.ru – Режим доступа: <https://retailer.ru/issledovanie-obem-rynka-e-commerce-v-rossii-v-2020-godu-dostig-2-7-trln-rublej/> (дата обращения: 13.11.2021).

3. Рынок eCommerce: прогноз роста [Электронный ресурс] / Data Insight – Режим доступа: [https://ppc.world/uploads/article\\_images/2020/11/daydzhest\\_issledovaniy/di\\_ecommerce2020\\_2024.pdf](https://ppc.world/uploads/article_images/2020/11/daydzhest_issledovaniy/di_ecommerce2020_2024.pdf) (дата обращения: 13.11.2021).

4. Arzhanova K.A., Beregovskaya T.A., Silina S.A. The Impact of the COVID-19 Pandemic on Consumer Behavior and Companies' Internet Communication Strategies, Proceedings of the Research Technologies of Pandemic Coronavirus Impact (RTCov 2020), Part of series Advances in Social Science, Education and Humanities Research, pp. 50-57. DOI <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201105.010>, ISBN 978-94-6239-268-7, ISSN 2352-5398, Open Access.

©Хартукова А.Д., 2021

УДК 378.147

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СФЕРЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

Юдина А.А.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Российский государственный университет  
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Говоря об информационном пространстве современности, стоит отметить его отличие от того же пространства конца 19 – начала 20 веков. Главной разделительной чертой становится развитие научно-технического прогресса, которое принесло в жизни людей такие изобретения как телевизор и Интернет. Начиная свой путь с простых газет, журналов и телевизионных передач, медиaprостранство стало занимать лидирующие позиции в современном социуме. В 21 веке телевидение отходит на второй план. Это обусловлено тем, что люди предпочитают проводить время в интернете, где они вольны сами выбирать те информационные площадки, которые им интересны. Для того, чтобы выйти в сеть в любое время дня и ночи необходим только компьютер или же смартфон.

Медиaprостранство сейчас – это территория новых идей и проектов. Не удивительно, что многие организации переходят в фазу активного взаимодействия с онлайн-площадками. Информационные процессы достигли невероятных скоростей: о произошедшем в той или иной стране становится известно практически в следующую же минуту. Более того, вся информация находится в относительно открытом доступе, поэтому даже дети школьного возраста в состоянии самостоятельно изучать столь богатое на данные пространство. Это, в свою очередь, порождает некоторые тенденции и в сфере образования. Выявление этих тенденций и их описание становится задачей данной статьи.

Внедрение принципиально новой ветви не могло не вызвать споров, в том числе о самом определении понятия «медиаобразование». Известно, что силами лаборатории технических средств обучения и медиаобразования под руководством профессора Л.С. Зазнобиной (Российская Академия образования) в 1998 году была разработана концепция школьного медиаобразования, интегрированного в базовое. Медиаобразовательная концепция, учебный план и пакет программ по новой вузовской специализации «Медиаобразование» (03.13.30) был разработан в начале XXI века и внедрен непосредственно в образование с 2002 г. [1].

Таким образом, направления, связанные с указанной сферой, являются относительно молодыми. Ярким примером служит направление

«Телевидение» (42.03.04), которое подготавливает специалистов в области режиссуры телевизионных и мультимедийных проектов, а также режиссуры монтажа. Данная образовательная программа в том числе реализуется на базе Института Социальной Инженерии РГУ им. А.Н. Косыгина, бывшего МГУДТ. Первое упоминание о введении данного направления можно обнаружить в специальном выпуске журнала «Пульс университета» (МГУДТ), приуроченному к выпуску 2015 г.

Тенденция распространения медиаграмотности затрагивает не только ВУЗы, хоть подготовка высококвалифицированных работников медиасферы и является практически первостепенной. Необходимость создания организованного медиапространства затрагивает и школы. В условиях современных вызовов «гаджетовского» сознания и компьютерной зависимости ребёнка, многие педагоги понимают необходимость развития ключевых навыков формирования информационной безопасности и повышения информационной грамотности на всех уровнях образования – от детского сада до вуза. [2]. Задач появляется несколько: обезопасить пребывание ребенка в пространстве медиа, а также повысить уровень медиаграмотности населения, начиная со школьного этапа. Такой подход к образованию поможет выстроить систему, которая в дальнейшем увеличит эффективность в подготовке профессиональных кадров.

Рассматривая конкретные проекты, невозможно не упомянуть «Медиакласс в московской школе», который реализуется на площадке РГУ им. А.Н. Косыгина. Последние годы Косыгинский университет практически стал центром российского медиаобразования. На его площадке работает неформальное «министерство школьных СМИ» новостное агентство НАШпресс, реализуются большие проекты городского и федерального масштаба, среди которых широко известные марафон школьных СМИ России и соревнования школьников Медиатон [3]. Основной целью данных проектов является создание практико-ориентированной и профориентационной среды, в которой школьники будут развивать свои soft и media-skills.

Поговорим отдельно про Медиатон. Это соревновательный проект, в котором школьники обучаются искусству операторской, фото и журналистской работы. В этом и заключается главное отличие Медиатона от прочих проектов: образовательный элемент вводится одновременно с конкурсом, что не только приводит отдельных людей к победе, но и повышает медиаграмотность. В чем именно заключается успешность проекта? Проанализировав комментарии непосредственно школьников, которые принимали участие в различных этапах, можно сделать некоторые выводы. Для начала, школьник – это в первую очередь ребенок.

Оптимальной формой познания мира для него является игра. Своей соревновательной основой Медиатон задает верную мотивацию: как бы играючи дети выполняют интересные задания, при этом впитывая информацию и знакомясь с медиапространством как профессионалы. Причем область знаний по-настоящему обширна, школьники приобретают навыки монтажа, озвучки и в целом работы со звуком, получают базовое понимание композиции и цвета, учатся стоять как за камерой, так и перед ней.

Появление и реализация проектов, связанных с популяризацией грамотности в медиасфере, тенденция исключительно 21 века. Это явление можно назвать естественным, так как прогресс породил закономерную потребность в соответствующих сотрудниках и инструментах. Интеграция медиаобразования происходит повсеместно. Огромное количество интернет-ресурсов позволяет переносить даже целые курсы на онлайн-пространство. Хотя многие и спорят об эффективности подобного, однако в наши дни получение образования, не выходя из дома приобрело огромную популярность. Это происходит по нескольким причинам, одна из которых особенно отразилась на жизни современного общества. Карантинные меры во время пандемии могли бы сильно ударить по учебному процессу, если бы не возможность проведения удаленных встреч. Каждый, у кого есть интернет и телефон, мог продолжить свое обучение. Развитие медиа, однако, имеет и негативные последствия. Уже сейчас статистика показывает, что некоторым комфортнее оставаться дома и взаимодействовать с миром в режиме онлайн.

С появлением медиасферы появилась и новая возможность для реализации проектных работ. Создание отдельных СМИ, кино и фотопроектов, блогов и т.п. стало возможным только в наше время, и, что самое главное, актуальным. Большое количество грантов выделяется на проекты, связанные с медиа, что лишний раз подчеркивает заинтересованность государства в их поддержке и реализации.

Итак, к основным тенденциям в сфере образования стоит отнести следующие:

- повышение медиаграмотности обучающихся школ и ВУЗов;
- интеграция медиаобразования во все сферы жизни.

Развитие общества, науки и техники неизменно влечет за собой соответствующие изменения. Если пытаться прогнозировать, то медиасфера продолжит набирать обороты и развиваться. Если уже сейчас человеку сложно представить свою жизнь без привычных мессенджеров, то можно представить, насколько неотъемлемым станет через несколько лет медиапространство.

Возвращаясь к теме медиаграмотности, ее можно назвать приоритетом последних лет. Чтобы вырастить поколение, подкованное в этом вопросе, необходимо начинать с этапа школы. Тогда целью становится получение профессионального образования школьниками в области медиа путем приобретения базовых навыков и умений. Такой подход выстраивает эффективную систему, которая подготавливает профессионалов, способных в будущем передать наработанный опыт следующим поколениям.

**Список использованных источников:**

1. <https://www.sites.google.com/site/mediakompetent/vizitka/ese-stranica>
2. Вовчук Е.Н. Организация школьного медиапространства, его границы и перспективы, 2017
3. <https://kosygin-rgu.ru/podrobnee.aspx?p1=4710>
4. Сальный Р.В. Медиаобразование в России: современные тенденции (2018-2020)

©Юдина А.А., 2021

**УДК 004.9**

**О ГЕНЕРАЛИТЕТНОМ БАЗИСЕ СТАНДАРТИЗАЦИИ  
КАДРОВОГО ЛИФТИНГА СПЕЦИАЛИСТОВ-ТьюТОРОВ  
СОЗДАНИЯ И СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРОЕКТОВ  
В ВОЛОНТЁРСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ**

**ABOUT GENERAL LEVEL BASIS OF STANDARTIZATION OF  
PERSONNEL LIFTING (CAREER ADVANCEMENT) OF  
SPECIALISTS-TUTORS OF CREATION AND SUPPORT OF  
PROJECTS IN THE VOLUNTEER STUDENT ENVIRONMENT**

Мордвинов В.А., Плотников С.Б., Благирев М.М.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «МИРЭА – Российский технологический университет», Москва*

This essay outlines the views of its authors on the construction of approaches to create a general level basis for the standardization of personnel lifting for specialists in the creation and maintenance of projects in a volunteer student environment. A feature of this approach, in the opinion of the authors, is an indispensable condition for relying on the description of generalized labor functions and referring to the types of economic activity of the corresponding professional standards according to the ranks of their profile and professional levels.



Here we are talking mainly about the initial level of training, presumably in the student environment of junior and secondary undergraduate courses studying in IT areas, and, for the present period, within the framework of the system of additional developmental education and / or optional. Thus, the basis is created for the subsequent, completely inevitable personnel professional and social lifting of qualified specialists-participants.

The general level component of this training, in the practice of RTU MIREA, is based and develops on the basis of the training programs created and successfully applied at the University for training IT tutors from the student-volunteer environment (at the first stage - tutors-specializations, at the second - leading tutors). Thus, the question comes down to revision of the applied multi-module variable program for training tutors of the next, higher, level, namely, tutors-mentors. The indicated levels of training presuppose the ability of tutors-mentors to lead, in expanding the participation of novice student-tutors in mastering the main positions of the lifting program, which is achieved by mastering an additional module of the training program, in which general level and professional standards are mastered by participants at a higher professional level (with the transition from the 4th level to levels 5 and 6), as well as the introduction of professional standards as a general level rule to the professional standards already being mastered (06.016 "Project manager in the field of information technology", 06.014 "Information technology manager", 06.041 "Specialist in the integration of applied solutions") [1,2,3].

Designing the general level component of the training of tutors - mentors for the deployment of mass participation of student youth in the volunteer student environment

In the opinion of the authors, in order to design the general level component of the training of tutors, it is advisable to include several professional standards from the previously used and updated ones in the list of general level ones. A directional tool is proposed in the form of a harmonized conglomerate, according to the author's methodology, using the capabilities and purpose of professional standards: 85.22 Professional standard "Specialist in the field of education" under section F "Tutor support of students" at the same, unchanged 6 professional level [4].

Along with the specified professional standard, the following professional standards have been classified by the authors as general level standards: from the previously mastered two-stage training program for tutors with the transition from professional level 4 to higher 5 and 6, namely: 06.015 "Information systems specialist" and 06.022 "Systemic analyst" [5,6].

In addition, for the first time in the program, professional standards are offered as a general level theory for the training of tutors for mentors at the 6th professional level: 06.016 "Project manager in the field of information

technology", 06.014 "Information technology manager" and 06.041 "Specialist in the integration of applied solutions" [1,2,3].

In support of measures to modernize the existing tutor training program to ensure the level of mentoring, the authors are developing and are in the testing stage of an evaluation tool environment for measuring the effectiveness of each innovation of the deployed multi-module tutor training program, presented in the next section.

Approaches to the formation of a mathematical description of the modified Rush model, as an evaluative tool for the effectiveness of the development of a tutor training program

To select, assess the effectiveness and confirm the sufficiency of reliance on the relevant professional standards in their parts, it is advisable to rely on the method of the Rush model modified by the authors used in the publications of famous scientists, including Doctor of Technical Sciences, Doctor of Economics, V.Ya. Tsvetkov [7].

As an approach that allows generalizing the results of free testing of the effectiveness of training as a result of introducing certain modules into the program, it is advisable to use the one-parameter Rasch model.

$$P(x) = \frac{e^x}{1+e^x} \quad (1)$$

The specified model is applied separately to each input module from among the above.

At the same time, the model is proposed in the author's modernization, which comes down to taking into account the expected event effects, such as a measure of the significance of the modules served by the model in the general array of the distribution of the significance of all models  $\tau$ . Measures of the assumed uncertainty due to insufficient experience with the studied module of the program  $\xi$ . Coefficient determined by the value of the confidence interval, a measure of randomness in students' answers to questions to the corresponding module  $\Psi$ .

Then, in a modernized form, formula 1 can be represented as follows:

$$P(x) = \tau * \xi * \frac{e^{x*\Psi}}{1+e^{x*\Psi}}, \quad (2)$$

where:  $P(x)$  – empirical probability of correct answer;  $x$  – latent variable that characterizes the actual training or level of knowledge of the test taker. Here the test-taker's answer, characterized by  $P(x)$ , with a certain degree of probability, serves as an assessment of his actual preparedness  $x$ . At the same time, each subject of testing is assessed independently of the others using the so-called free testing, which is based on the transfer of the methods of ipsative testing from psychology to the field of learning [8]. Ipsative testing is a method

of assessing and interpreting the indicators measured by the test, based on the analysis of the ratio of test results to cost factors, that is, the amount of time spent in teaching hours for teaching and mastering educational material.

The discussion of the results

It was revealed that the updated training program for tutors-mentors was in sufficient demand by students and proved to be effective in terms of their preparation for this.

The level of the program, according to the authors, meets the requirements for an IT tutor-mentor.

The proposed model for assessing the effectiveness of training, which is a modernization of the well-known Rush method, has previously shown sufficient capacity. The correction factors introduced into the model made it possible to identify and evaluate the influence of factors of significance, novelty and measures of uncertainty in the effectiveness of training.

The development of a program for training specialized IT tutors (1st stage of training), and leading IT tutors (2nd stage of training), which was previously worked out in practice, was proposed and tested, aimed at training the top level of tutors-mentors, whose activities, among other things, contribute to the involvement of broad masses of students. An update in tutor training is reduced to the introduction of an additional module that displays the positions of prof. standards 06.016, 06.014, 06.041 and partial lifting by prof. levels of standards 06.015, 06.022. The effectiveness of the innovation was preliminarily assessed by means of the Rush method modernized by the authors, which demonstrated sufficient convergence with the results regarded as good (with the exception, perhaps, of the positions according to the professional standard 06.016 "Project manager in the field of information technology", which is explained by the complexity of its development by undergraduate students). Work in this direction is deepening.

**Список использованных источников:**

1. 06.016 Профессиональный стандарт «Руководитель проектов в области информационных технологий» от 09.12.2014 г.

2. 06.014 Профессиональный стандарт «Менеджер по информационным технологиям» от 01.10.2021 г.

3. 06.041 Профессиональный стандарт «Специалист по интеграции прикладных решений» от 22.09.2017 г.

4. 85.22 Профессиональный стандарт «Специалист в области воспитания» по разделу F «Тьюторское сопровождение обучающихся» от 10.01.2017 г.

5. 06.015 Профессиональный стандарт «Специалист по информационным системам» от 24.12.2014 г.

6. 06.022 Профессиональный стандарт «Системный аналитик» от 24.11.2014 г.

7. Цветков В.Я., Войнова Е.В. Модификация модели Раша для оценки свободного тестирования / М.: Вестник РГРТУ. 2018.№63 - 5 с.

8. Аксенова, Е.П. Ипсативный подход к оценке личности: возможности и ограничения / Е.П. Аксенова // Психологические исследования: электрон. науч. журн. – 2012. – Т. 5, № 24.

©Мордвинов В.А., Плотников С.Б., Благирев М.М., 2021

УДК 005.9

**МЕТА-ОНТОЛОГИИ  
В КОНСТРУИРОВАНИИ ОНТОЛОГИЙ ПРОЕКТИРОВАНИЯ  
ИНФОРМАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА СИСТЕМ**

**META-ONTOLOGY IN DESIGNING ONTOLOGIES DESIGNING  
INFORMATION MANAGEMENT SYSTEMS**

Болбаков Р.Г., Мордвинов В.А., Ткаченко Д.И.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «МИРЭА – Российский технологический университет», Москва*

The purpose of the presented research: the application of a meta-ontological approach to the ontology of designing information management systems. Research method: design ontology. Result: a three-tier architecture of the design ontology was configured. Conclusion: it is advisable to implement a two-level system of IT design ontology in a three-level implementation between the core and environments of the ontology of a new intermediate layer - a variational integrator (the term was introduced by the authors).

In this work, information management is considered as a universal tool for creation and maintenance on a standardized ontological basis. In this context, the information system is configured as an integral IT product with included software products (PP), content, interfaces and other components of the IS architectonics. Throughout the life cycle of a project and its product - IS, information management relies on the actions of an appropriate set of IT standards and specifications. Consequently, the design ontology, as an integral system, reflects the entire set of terms and their ontological descriptions laid down in the corresponding list of standards and specifications.

This kind of terminological set, stable throughout the entire life cycle of the project, forms the general part of the ontology in developments, which is stable throughout the life cycle, being the core of the multilevel ontology of

information management and information system [1]. The variational parts, possessing the signs of variability, form the variational environment of the ontology core, which reflects the author's idiom for creating and applying multilevel ontologies [2].

Here the set and interaction of a certain set of software products included in the infology of information systems and the IS themselves as a whole are proposed for consideration. In the development of the above, the authors build the ideology of constructing a composition of a three-level ontological architecture, namely: ("a", "b", "c" - see below).

Level "a" (the first level of ontology) is the core of non-variable content that describes the ontology of designing and maintaining IS. The core contains the general components of the ontology, the architectonics of the IS on the entire life cycle, the thesaurus of which is formed from the terminology of the applied IT standards and specifications.

Level "c" (third level of ontology) is a set of variable components of each of the core environments, in particular, software ontologies that are not reflected in levels "a" and "b".

Level "b" (the second level of ontology) is a variable ontological integrator \* of the mutable components of the IS ontology, as a holistic formation that are not included in the core of the components (Note: \* - the term was proposed by the authors).

The three-level ontological construction declared here is a meta-ontology of synthesis and application of the universal method of ontology for the design of information processes and systems, as well as their software tools used in projects of industrial production, science and education.

The authors propose to be guided by the following sequence of information management:

01.01. Synthesis of IP architecture and its components, including software products, etc., based on the basic standards / specifications adopted in the project, for example, in educational IP architectures, IEEE 1484.1 specification [3].

01.02. On the basis of the infological analysis of the architecture, the basic conceptual base of the design ontology of the mentioned object is written out.

01.03. By means of morphological analysis, two thesaurus components are identified and formed, which are included in the vocabulary of all applied standards and specifications, both the IS in general and the components of the architecture, in particular, software products. In relation to the specified list, the first step of information management is performed, sometimes cyber-intellectualized. Actions are carried out to select from the resulting list of concepts of a non-variable nature throughout the life cycle of the project, relating to the IS as a whole and to its components. This set serves to form the

core of the design ontology in a specific design concept: in industrial, scientific, educational, social purpose, etc.

Procedure:

- 02.01 from the thesaurus list of position 01.02, components of a variable nature that are not included in the core, related to the integral architecture of the IS, are selected and translated into the integrator.

- 02.02 By means of express analysis from the thesaurus lists of all components, variable concepts that are mandatory for all components and systems as a whole are identified, which can also be included in the variable ontological integrator at the discretion of the moderator, who implements the second step of information management.

For each of the components included in the architecture of the educational discipline of the fourth year of the bachelor's degree "Information management of systems" of the training direction 09.03.04 "Software engineering", its own specific environment of the core is formed, which involved the variable conceptuality of the corresponding component, which was not included in the variable ontological integrator into the kernel itself.

These actions reflect the third step of information management, carried out by the moderator, leading to the need to implement the next fourth step of management, which boils down to assessing the rationalization measure for dividing the elements of the thesaurus into the core, the integrator and the corresponding environment within the specified parameters of the boundaries of the continuity of the project throughout its life cycle.

Based on the application and development of the classical method of design ontology, the construction of a meta-description of a three-level ontology for the design of information systems and their components, including software products, where the corresponding standards or specifications are used as a basis, has been proposed and tested. Here, at the first level, a stable non-variational thesaurus of the ontology core is built; at the second integrative level (variable ontological integrator) - a variable thesaurus of both the system as a whole and its components, for example, a software product; at the third level, core environments are positioned, each of which reflects a variable thesaurus of the advising component, not previously included in the first or second levels of the design ontology.

Based on the results of reengineering, a bachelor's discipline "Information management of software products and systems" was formed (training direction 09.03.04 "Software engineering").

**Список использованных источников:**

1. Боргест Н.М. Онтология проектирования самолетов // "Искусственный интеллект" 4'2011. - с. 260-265.

2. Рачков А.В., Романченко А.Е., Ткаченко Д.И. Онтологии как основа трехзвенного проектного соглашения по проектированию информационных процессов и систем // Социальный инженер-2020: сборник материалов Часть 1. - М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А. Н. Косыгина», 2020. - с. 121-124.

3. Chests A.R. Improving the cognition of the educational mini-portal based on the modification of the basic architecture // final qualification work of a bachelor. - 2016. - 60 p.

©Болбаков Р.Г., Мордвинов В.А., Ткаченко Д.И., 2021

УДК 004.9.1

## РАЗРАБОТКА БАЗЫ ДАННЫХ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

Алгазина В.А., Манькова Ю.В.

*Димитровградский инженерно-технологический институт – филиал  
федерального государственного автономного образовательного учреждения  
высшего образования «Национальный исследовательский  
ядерный университет «МИФИ», Димитровград*

В современных условиях организации образовательной и научной деятельности в высших учебных заведениях возникает задача своевременности и качественного формирования и предоставления отчетной документации.

Исследовательская деятельность – одна из форм активности человека, основанная на интересе, познавательном факторе, активном отношении к миру, стремлении изменить и улучшить окружающую обстановку.

На протяжении всей учебной программы студентов поощряют думать о проблемах глобального значения и выносить собственные суждения о них, что не только повышает осведомленность о важных вопросах, но и позволяет мыслить шире.

Поскольку образовательные технологии становятся все более совершенными, разрабатываются новые инструменты для отслеживания процесса научной деятельности молодежи с помощью ИТ. Кафедрой информационных технологий ведется учет результатов научно-исследовательской деятельности студентов, который является трудоемким процессом, требующим автоматизации, например, с помощью создания базы данных.

Базы данных играют очень важную роль в современном информационном мире. Во многих случаях базы данных представляют собой массивы информации, которые записываются в электронном виде или получаются через компьютерные сети.

Обмен информацией существовал задолго до появления компьютеров в жизни человека, но именно компьютеры и информационные технологии предоставили возможность обрабатывать большие объемы информации. Это и привело к внедрению информационных технологий в современную общественную жизнь.

Таким образом, можно сказать, что информационные технологии – это методика, базирующаяся на сборе огромного количества информации о соответствующей сфере деятельности и ее компьютерной обработке. Информационным фундаментом этих технологий являются базы данных.

Как правило, базы данных представляют собой большие наборы информации в любой области социальной деятельности, созданные и рассчитанные для коллективного или личного использования и позволяющие обрабатывать эту информацию на компьютере.

Именно поэтому, например, библиотека вмещает огромное количество информации, но не является базой данных, используемой различными потребителями. Даже при наличии электронного каталога библиотека не может предоставить электронные варианты всех хранящихся в ней материалов, что делает невозможной их автоматизированную компьютерную обработку [1].

В этом контексте актуальность разработки базы данных для учета результатов научно-исследовательской деятельности студентов обусловлена решением ряда прикладных задач:

- сократить сроки и снизить трудоемкость формирования отчетной документации путем автоматизации отчетности по всем результатам научно-исследовательской деятельности студентов;

- создание единого электронного реестра студенческих публикаций;

- простой и удобный доступ к хранимой информации посредством различных поисковых запросов.

На первоначальном этапе исследования выполнен анализ предметной области, который позволил определить основные требования к базе данных для учета данных. Учету подлежат результаты научно-исследовательской деятельности студентов, в том числе и в соавторстве с преподавателями: статьи, опубликованные в журналах и сборниках; материалы конференций (доклады и тезисы); работы, поданные на конкурс; патенты и свидетельства о регистрации прав на программы ЭВМ, дипломы и сертификаты.



На основе изучения материалов [2] оптимальной СУБД в данном случае представляется Microsoft Access. Microsoft Access – реляционная система управления базами данных корпорации Microsoft. Входит в состав пакета Microsoft Office. Этот тип базы данных определяет отношения базы данных в виде таблиц. Примером базы данных системы РСУБД являются базы данных MySQL, Oracle и Microsoft SQL Server.

В реляционной БД под записью понимается строка прямоугольной таблицы. Элементы записи образуют столбцы этой таблицы (поля). Все элементы в столбце имеют одинаковый тип (числовой, символьный), а каждый столбец – неповторяющееся имя. Одинаковые строки в таблице отсутствуют [3]. Главным преимуществом реляционной БД является не только конкретность, но и доступность структурирования данных, а также быстрота обнаружения необходимой информации. Также данный тип БД обладает обширным спектром возможностей, включающий связанные запросы, связь с внешними таблицами и БД.

Этот тип компьютерных баз данных поддерживает хранение всех типов данных. Данные хранятся в виде объектов. Объекты, хранящиеся в базе данных, имеют атрибуты и методы, определяющие порядок действий с данными. PostgreSQL является примером объектно-ориентированной реляционной СУБД.

Разработанная база данных состоит из 10 таблиц, из которой 6 являются основными, а 4 – таблицами-справочниками, что позволяет реализовать хранение всей необходимой информации и обеспечить возможность получения данных посредством запросов, а за счет реляционной модели представления обеспечивается целостность базы данных.

Важнейшими таблицами являются:

таблица «Мероприятия», содержащая информацию о мероприятиях, связанных с НИРС: название события, организация, проводящая его, город проведения, тип события и дата проведения;

таблица «НИР» содержит информацию о работах: название работы, событие, к которому она относится, ФИО студента, группа и руководитель НИР;

таблица «Группы» содержит информацию о группах студентов: группа, специальность, факультет;

таблица «Студенты» содержит информацию о студентах: ФИО, номер телефона, группа и факультет;

таблица «Руководители НИР» содержит информацию о преподавателях: ФИО, должность, научную степень и звание, если имеется;

таблица «Факультеты» содержит информацию о факультетах: наименование факультета, декан, номер телефона деканата, факс,

В БД реализованы следующие запросы и формы, позволяющие получать информацию о результатах научно-исследовательской деятельности студентов:

ввод/редактирование данных о мероприятиях (событиях);

ввод/редактирование данных об участии студентов и преподавателей в мероприятиях (публикации, доклады, награды и т.п.);

формирование списков работ в удобном для просмотра виде (представление максимально соответствует формату библиографической ссылки: название работы, название мероприятия, список авторов);

ввод/редактирование списков студентов с возможностью быстрого перевода большого числа студентов из группы в группу;

формирование статистических данных об участии студентов и преподавателей в научно-исследовательской деятельности.

База данных – это систематизированный набор данных. Они поддерживают электронное хранение информации и облегчают управление данными во всех сферах общественной жизни. Создание баз данных очень актуально для учебных организаций, обучающиеся которых активно занимаются НИР.

Разработанная база данных предназначена для ускорения процесса поиска необходимой информации по НИР студентов и точного создания отчетов. Любой сотрудник, имеющий права доступа к БД, может получить нужную информацию в любой момент времени при наличии Интернета. БД также предназначена для предоставления более качественных услуг пользователям данной системы, обеспечивая их значимыми, последовательными и своевременными данными и информацией и, наконец, для повышения эффективности за счет перевода бумажных процессов в электронную форму.

#### **Список использованных источников:**

1. Зафиевский, А. В. Базы данных: учебное пособие / А. В. Зафиевский, А. А. Короткин, А. Н. Лататуев; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. – Ярославль : ЯрГУ, 2012. – 164 с

2. Ковалева, М.А. Создание баз данных в Microsoft Access: Учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] / М.А. Ковалева. – М. : Мир науки, 2019. Режим доступа: <https://izd-mn.com/PDF/35MNNPU19.pdf> (дата обращения: 23.11.2021).

3. Корнеев, В.В. Базы данных: Интеллектуальная обработка информации [Текст] / В.В. Корнеев [и др.]. – М. : Нолидж, 2000. - 352с.

©Алгазина В.А., Манькова Ю.В., 2021

**Всероссийская научная конференция молодых исследователей  
с международным участием  
«Социально-гуманитарные проблемы образования  
и профессиональной самореализации  
«Социальный инженер-2021»**

---

Авторский указатель

---

---

**А**

Абушенко А.И. · 117  
Аверин М.М. · 123  
Акрамова Д.Р. · 128, 133  
Аксенова А.С. · 137  
Алгазина В.А. · 4, 255  
Андреев А.В. · 141  
Аржанова К.А. · 95

---

**Б**

Бабакина С.Д. · 110  
Бедина Е.О. · 144  
Благирев М.М. · 248  
Бобров К.В. · 149  
Болбаков Р.Г. · 252  
Бормашева Е.К. · 8, 33, 41, 72  
Брычеева Е.В. · 152  
Быковский Е.П. · 156

---

**В**

Ваапова Н.Р. · 149, 169  
Ваганов В.А. · 163  
Василенко Е.А. · 8  
Волчкова А.С. · 172  
Вяльчина Е.А. · 166

---

**Г**

Гасанова А.З. · 176  
Губанова Г.И. · 144, 152, 188, 195, 232

---

**Д**

Давыдова О.Д. · 12  
Дашкевич И.П. · 128

---

---

**Ж**

Жаров Д.М. · 15  
Жирнова С.И. · 169

---

**З**

Зайцев Н.Н. · 62  
Зарипов Е.А. · 172  
Зоткина М.С. · 176

---

**И**

Идрисова А.Р. · 19  
Истомина С.П. · 180

---

**К**

Карпов Э.С. · 236  
Кирсанова Е.А. · 37  
Кирющенко Е.А. · 184  
Колган Е.А. · 23  
Коржановская Л.Г. · 98, 110  
Кривоуст Анд.В. · 27  
Кривоуст Ант.В. · 27  
Куборская Д.А. · 188  
Кулижников Е.А. · 30  
Курилов В.А. · 33  
Кушнарера И.В. · 37

---

**Л**

Лалетина Е.А. · 41  
Левчук И.И. · 46

---

**М**

Мазанова Д.М. · 192  
Манькова Ю.В. · 4, 255  
Мельников Е.С. · 180, 184, 192, 224, 229

---

**Всероссийская научная конференция молодых исследователей  
с международным участием  
«Социально-гуманитарные проблемы образования  
и профессиональной самореализации  
«Социальный инженер-2021»**

---

Мигаль Ю.А. · 195

Моисеева В. · 103

Мордвинов В.А. · 248, 252

Мухина А.А. · 49

Мухортых А.М. · 52

---

**Н**

Нарзуллаева Ф.Ф. · 69

Носова Д.А. · 199

---

**О**

Останина Е.А. · 203

---

**П**

Панченко Т.Р. · 57

Пенто А.Г. · 123

Петрова А.О. · 208

Плотников С.Б. · 172, 248

Проткина А.М. · 213

Пухир В.М. · 23, 30, 46, 88

---

**Р**

Рудых Д.А. · 62

---

**С**

Сазанов А.В. · 65

Самиева Ш.Х. · 69

Сарханова С.С. · 72

Семёнова Д.Н. · 113

Сергиенко А.И. · 218

Симаков И.О. · 236

Смирнова П.В. · 76

Спрыгина М.Н. · 224

---

**Т**

Тимохович А.Н. · 213

Ткаченко Д.И. · 252

Токарева Т.С. · 229

Торопов К.П. · 232

---

**Ф**

Федорова Е.И. · 236

Фукс Д.А. · 208

---

**Х**

Хамидуллина Е.Р. · 106

Хартукова А.Д. · 241

Хвостикова В.О. · 82

---

**Ц**

Цыпина А.К. · 12

---

**Ч**

Чабиева Т.С. · 92, 166

Черных В.С. · 88

---

**Ш**

Швец В.И. · 62

Штельц Н.В. · 95

Шурыгина Е.С. · 98

---

**Ю**

Юдина А.А. · 245

---

**Я**

Яковлева Л.Е. · 57

---

## Научное издание

Всероссийская научная конференция молодых исследователей с  
международным участием «Социально-гуманитарные проблемы  
образования и профессиональной самореализации»  
(Социальный инженер-2021)

### Часть 1

#### В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.  
Все материалы отображают персональную позицию авторов.  
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Усл.печ.л. \_\_\_\_ Тираж 30 экз. Заказ №350-Н/21

Редакционно-издательский отдел РГУ им. А.Н. Косыгина  
115035, Москва, ул. Садовническая, 33, стр.1  
тел./ факс: (495) 955-35-88  
e-mail: riomgudt@mail.ru  
Отпечатано в РИО РГУ им. А.Н. Косыгина