



ВЕСТНИК МГЭИ

(on line)

ISSN 2619-0265

№ 1 2020



ВЕСТНИК МГЭИ

(on line)

ISSN 2619-0265

№ 1 2020

ВЕСТНИК **№ 1 • 2020**
МОСКОВСКОГО ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИНСТИТУТА (ON LINE)
(Вестник МГЭИ (on line))
HERALD of MHEI (on line)
Научно-практический журнал (электронная версия)
Scientific and practical periodical (on line)

Распространение и тиражирование без официального согласия АНО ВО МГЭУ запрещается

Distribution and replication without the official consent of the Moscow Humanitarian Economic University is prohibited

Основан в 2000 г. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-56620 от 26 декабря 2013 г.

Established in 2000. The Certificate of registration: ПИ № ФС77-56620, 26.12.2013.

Свидетельство о регистрации в Национальном агентстве ISSN № 2619-0265 от 30.05.2018 г.

The Certificate of registration in the National Agency ISSN No. 2619-0265, 30.05.2018.

Подписной индекс «Почта России» П 1102. Включен в базу данных РИНЦ и выходит 4 раза в год.

Subscription index "Russian Post" П 1102. Included in the RINC database and published 4 times a year.

Включен в Перечень ВАК РФ рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по **экономическим наукам 08.00.00** (№ 313 от 28.12.2018 г. по состоянию на 01.01.2020 г.)

Included in the List of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation of peer-reviewed scientific publications (No. 313, December 28, 2018, as of 01.01.2020) in which the main scientific results of dissertations for PhD and Ph.D. degree in Economics 08.00.00 must be published.

Присвоен международный индекс DOI с 20.02.2020 года.

Язык издания: русский, английский

Language of publication: Russian, English

Учредитель: Автономная некоммерческая организация высшего образования Московский гуманитарно-экономический университет.

Founder: Autonomous Non-profit Organization of Higher Education Moscow Humanitarian Economic University.

Адрес учредителя: Ленинский проспект, д. 8., стр. 16, Москва, Россия 119049

Address of the founder: 8, bldg. 16, Leninsky Prospect, Moscow, Russia 119049

Адрес издательства: Ленинский проспект, д. 8., стр. 16, Москва, Россия 119049

The address of the publishing office: 8, bldg. 16, Leninsky Prospect, Moscow, Russia 119049

Ответственный редактор

Managing Editor

Микулец Юрий Иванович - доктор биологических наук, проректор по научной работе АНО ВО МГЭУ, заместитель председателя Редакционного совета.

Yury Mikulets - Ph.D. in Biology, Vice-Rector for Scientific Work, Moscow Humanitarian Economic University, Deputy Chairman of the Editorial Board.

Редакционный совет:

1. **Демидова Любовь Анисимовна** - д.пед.н., профессор, ректор АНО ВО МГЭУ, председатель Редакционного совета.
Lyubov Demidova – Ph.D. in Pedagogy, Professor, Rector of Moscow Humanitarian Economic University, Chairman of the Editorial Board.
2. **Ловцов Дмитрий Анатольевич** – д.т.н., профессор, заслуженный деятель науки РФ, заместитель генерального директора по научной работе АО «Институт точной механики и вычислительной техники им. С.А. Лебедева Российской академии наук».
Dmitry Lovtsov - Ph.D. in Technical Sciences, Professor, Honored Scientist of the Russian Federation, Deputy General Director for Research, JSC "Institute of Precise Mechanics and Computing named after S. Lebedev, Russian Academy of Science.
3. **Микулец Юрий Иванович** - д.б.н., проректор по научной работе АНО ВО МГЭУ, заместитель председателя Редакционного совета.
Yury Mikulets - Ph.D. in Biology, Vice-Rector for Scientific Work, Moscow Humanitarian Economic University, Deputy Chairman of the Editorial Board.
4. **Соловьева Наталья Николаевна** – к.ф.н., д.пед.н., доцент, преподаватель кафедры русского и иностранных языков МГЭУ.
Natalia Solovieva - Ph.D. in Pedagogy, PhD in Philology, associate professor, Head of Department of Russian and Foreign Languages, Moscow Humanitarian Economic University.
5. **Смолин Олег Николаевич** - д.ф.н., первый заместитель председателя Комитета по образованию ГД РФ, действительный член Российской академии образования. Президент общества «Знание» России. Председатель Общероссийского общественного движения «Образование – для всех».
Smolin Oleg Nikolaevich – Ph.D. in Philology, First Deputy Chairman of the Education Committee of the State Duma of the Russian Federation, Full member of the Russian Academy of Education. President of the Russian Public Organization "Knowledge". Chairman of the All-Russian Public Organization "Education is for everyone".

Редакционная коллегия:

Editorial team:

**1) по экономическим наукам
on economics**

1. **Адуков Рухман Хасанович**, д.э.н., профессор, руководитель отдела ФГБНУ Всероссийский НИИ организации производства, труда и управления в сельском хозяйстве» - филиал ФГБНУ ФНЦ ВНИЭСХ.
Ruhman Adukov, Ph.D. in Economics, Professor
2. **Адукова Алевтина Николаевна**, д.э.н., главный научный сотрудник, ФГБНУ Всероссийский НИИ организации производства, труда и управления в сельском хозяйстве» - филиал ФГБНУ ФНЦ ВНИЭСХ.
Alevtina Adukova, Ph.D. in Economics
3. **Герасина Ольга Николаевна**, д.э.н., профессор, зав. кафедрой бухгалтерского учета и аудита АНО ВО МГЭУ.
Olga Gerasina, Ph.D. in Economics, Professor
4. **Герасина Юлия Александровна**, д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита АНО ВО МГЭУ.
Juliya Gerasina, Ph.D. in Economics

5. **Коленченко Ирина Александровна**, к.э.н., зам. директора по экономике ФГБНУ ЦНСХБ.
Irina Kolinichenko, PhD in Economics
6. **Папцов Андрей Геннадиевич**, д.э.н., профессор, академик РАН, директор ФГБНУ ФНЦ ВНИИЭСХ.
Anrei Paptsov, Ph.D. in Economics, Professor, Academician of the Russian Academy of Sciences
7. **Романова Алина Терентьевна**, д.э.н., профессор, почетный работник ВПО РФ, действительный член РИА, преподаватель кафедры экономики и финансов, АНО ВО МГЭУ.
Alina Romanova, Ph.D. in Economics, Professor
8. **Третьякова Лариса Александровна**, д.э.н., профессор, член-корр. Российской академии естественных наук, зав. кафедрой управления персоналом Института управления НИУ «БелГУ».
Larisa Tretyakova, Ph.D. in Economics, Professor

**2) по юридическим наукам
in jurisprudence**

1. **Атагимова Эльмира Исамудиновна**, к.ю.н., помощник полномочного представителя ГД ФС РФ в КС РФ, член комиссии по науке и развитию образования ОСППД при Президенте РФ.
Elmira Atmagomova, PhD in Law
2. **Водько Николай Петрович**, д.ю.н., профессор, Заслуженный юрист России, профессор кафедры уголовно-правовых дисциплин АНО ВО МГЭУ.
Nikolay Vodko, Ph.D. in Law, Professor
3. **Исаков Николай Васильевич**, д.ю.н., профессор, к.и.н., профессор кафедры теории и истории государства и права АНО ВО МГЭУ, Северо-Кавказского института (филиала) АНО ВО МГЭУ.
Nikolay Isakov, Ph.D. in Law, Professor, PhD in History
4. **Кабанов Павел Александрович**, доктор юридических наук, доцент, директор НИИ противодействия коррупции Казанского НИИ противодействия коррупции
Kabanov, Pavel Alexandrovich, doctor of juridical sciences, Associate Professor, Director of the Institute against corruption anti-corruption RESEARCH INSTITUTE in Kazan
5. **Костенников Михаил Валерьевич**, д.ю.н., профессор кафедры подготовки сотрудников по охране общественного порядка, Всероссийский институт повышения квалификации сотрудников МВД России.
Mikhail Kostennikov, Ph.D. in Law
6. **Кувалдин Валерий Павлович**, д.ю.н., профессор, Заслуженный юрист России, профессор Московского университета МВД России имени В.Я. Кикотя
Valery Kuvaldin, Ph.D. in Law, Professor
7. **Куракин Алексей Валентинович**, д.ю.н., профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ, Департамент правового регулирования экономической деятельности
Kurakin Aleksey Valentinovich, d.l.s., Professor, University of Finance under the Government of the Russian Federation, Department of legal regulation of economic activities
8. **Меркурьев Виктор Викторович**, доктор юридических наук, профессор, зав. отделом проблем прокурорского надзора и укрепления законности в сфере федеральной безопасности, межнациональных отношений и противодействия экстремизму Научно-исследовательского института Академии Генеральной прокуратуры Российской Федерации
Victor V. Merkuriev, doctor of legal sciences, Professor, head of Department. Department of supervision and the strengthening of the rule of law in the sphere of federal security, inter-ethnic relations and countering extremism Research Institute of the Academy of the Russian Procurator-General's Office
9. **Рыбакова Ольга Сергеевна**, к.ю.н., аппарат ГД ФС РФ, член Экспертного совета по соблюдению прав обучающихся при Комитете ГД по образованию и науке.
Olga Rybakova, PhD in Law
10. **Селюков Анатолий Дмитриевич**, д.ю.н., профессор, профессор кафедры финансового права при Российском государственном университете правосудия
Selyukov Anatolij Dmitrievich, d. l.s., Professor, Professor of finance at the Russian State University of Justice
11. **Хабибуллин Алик Галимзянович**, д.ю.н., профессор, заслуженный юрист России, заведующий кафедрой экономических и финансовых исследований Высшей школы государственного аудита МГУ им. М.В. Ломоносова
Khabibulin Alik Faizulin, d.l.s., Professor, honoured lawyer of Russia, head of the Department of economic and financial investigation of the higher school of State Audit. M.V. Lomonosov Moscow State University

**Редакция:
Redaction:**

Ответственный секретарь – Клюкина Е.Н.
Executive Secretary – E.Klyukina

Компьютерная верстка и макетирование – Луковенкова С. Р.
Computer layout and prototyping – S.Lukovenkova

Технический корректор – Анисимова Г.Т.
Technical corrector – G.Anisimova

Адрес редакции и типографии: 119049, Москва, ГСП-1, Ленинский проспект, д. 8., стр. 16.
Tel.: (499) 237-57-01, mgei@mail.ru, www.mgei.ru

Цена свободная

Address of the editorial office and printing house: 8, bldg.16, Leninsky Prospect, Moscow, Russia 119049

Tel.: (499) 237-57-01, mgei@mail.ru, www.mgei.ru

Price is free

Содержание

ЧЕЛОВЕК И ОБЩЕСТВО	5
Антонова С.И. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОФИЛАКТИКИ ПРАВОНАРУШЕНИЙ ПОДРОСТКАМИ	5
Антонова С.А. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОФИЛАКТИКИ ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЯ НИКОТИНОСОДЕРЖАЩЕЙ НЕКУРИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ПОДРОСТКАМИ	22
Горелик А.А. КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ КАК ЭЛЕМЕНТ КУЛЬТУРЫ – АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ И ПОСТАНОВКА ВОПРОСОВ	35
Груднов Д.В. ЭЛЕКТРОННОЕ УЧАСТИЕ ГРАЖДАН В ПРОЦЕССЕ СТАНОВЛЕНИЯ «СЕРВИСНО» ОРИЕНТИРОВАННОГО ГОСУДАРСТВА. О РОЛИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ	48
Дзякович Е.В., Калмыков А.А. ИДЕНТИЧНОСТЬ МЕСТА: МАЛАЯ РОДИНА, РУССКИЙ МИР, ГЕОБРЕНД	60
Зеленина Т.Р. ХАРАКТЕРИСТИКА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РАЗЛИЧНЫХ ВОЗРАСТНЫХ КАТЕГОРИЙ	81
Кадушева Е.Ю. ДНЕВНОЙ ЭФИР РАДИОСТАНЦИЙ «ВЕСТИ FM», «ЭХО МОСКВЫ», «МАЯК»: ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ СЕТОК ВЕЩАНИЯ	96
Кульбашная Е.В., Чухлебowa И.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ РАБОТЕ С ТЕКСТОМ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РКИ	110
Романов В.В., Черникова Е.Ф. ИССЛЕДОВАНИЕ БАЗОВЫХ ТИПОВ МЫШЛЕНИЯ И УРОВНЯ КРЕАТИВНОСТИ У ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ДВУХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ГРУПП	120
Федосеева Л.Ю. СЮЖЕТНОЕ И ПЕРЦЕПТИВНОЕ ВРЕМЯ В ДИАЛОГАХ КАК СРЕДСТВО ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРСОНАЖА В ПРОИЗВЕДЕНИИ К.С. ЛЬЮЙСА «THE CHRONICLES OF NARNIA»	133
Чигринский П.А. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПЕРЕГРУЗКА: ОСОБЕННОСТИ ЯВЛЕНИЯ ПРИЧИНЫ ЕГО ВОЗНИКНОВЕНИЯ	145
ЮРИСПРУДЕНЦИЯ	157
Мазуренко А.П., Голдин П.Ф. СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ КАК ПРИОРИТЕТ ПРАВОВОЙ ПОЛИТИКИ В СИСТЕМЕ ДУХОВНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.	157
Пугачева К.Ю. ОТРАЖЕНИЕ ТЕМЫ «НАЛОГ НА САМОЗАНЯТЫХ» В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ	167
ЭКОНОМИКА	181
Денисова Н.В. ФИНАНСОВЫЕ РЫЧАГИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В ПОСТКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД	181

ЧЕЛОВЕК И ОБЩЕСТВО

УДК 316.624

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОФИЛАКТИКИ ПРАВОНАРУШЕНИЙ ПОДРОСТКАМИ

ORGANIZATION OF PREVENTION OF OFFENCES BY TEENAGERS

Антонова С.И.*

В статье рассматриваются вопросы организации профилактики правонарушений подростками и их социально-психологическое сопровождение в общеобразовательном учреждении. Специфика подобной организации определялась тремя уровнями, которые в свою очередь имели несколько направлений воспитательно-профилактической работы.

The article discusses the organization of crime prevention by adolescents and their socio-psychological support in a general educational institution. The specifics of such organization was determined by three levels, which had several areas of educational work.

Ключевые слова: профилактическая работа, деформация личного психосоциотипа, организационно-социальная работа, оказание социально-педагогической и психологической помощи, правовое воспитание, организация досуга и занятости.

* Антонова Светлана Ивановна - кандидат биологических наук, доцент по кафедре социальной психологии и социальной педагогики, социальный педагог МБОУ "Школа № 51"Центр образования", Рязань.
Antonova S. I., PhD in Biology, Associate Professor of the Department of Social Psychology and Social Pedagogy, social teacher of MBOU "School № 51 "Center of education", Ryazan.

Key words: *preventive work, deformation of personal psychosociotype, organizational and social work, provision of socio-pedagogical and psychological assistance, legal education, organization of leisure and employment.*

DOI 10.37691/2619-0265-2020-0-1-5-21

Профилактика правонарушений представляет собой совокупность мер социального, правового, организационного, информационного и иного характера, направленных на выявление и устранение причин и условий, способствующих совершению правонарушений, а также на оказание воспитательного воздействия на лиц в целях недопущения совершения правонарушений или антиобщественного поведения несовершеннолетних. Исходя из этого определения, данного в Федеральных законах от 23 июня 2016 г. № 182-ФЗ «Об основах системы профилактики правонарушений в Российской Федерации» и от 24 июня 1999 г. № 120-ФЗ "Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних", становится очевидным, что задачи по профилактике правонарушений, совершенными подростками, должны решаться комплексно, с привлечением всех государственных и общественных институтов, учреждений системы образования на всех уровнях, а главное, при конструктивном взаимодействии всех членов педагогического процесса в самом общеобразовательном учреждении [1,2].

На фоне происходящих изменений политической и социально-экономической ситуации в России, происходит социальная деформация молодежи, которая оказывает негативное влияние на подрастающее поколение. В рамках анализа причин, способствующих совершению преступлений обучающимися школ всей страны наблюдается усиление нигилизма со стороны подростков, демонстративное и вызывающее поведение по отношению к взрослым, чаще и в крайних формах стали

проявляться жестокость и агрессивность, есть случаи подростковой преступности, подчас чувствующей свою безнаказанность и от этого особенно циничной по своей природе. Кроме того, все усугубляется употреблением несовершеннолетними алкоголя, никотина и других психоактивных веществ, которое превратилось в проблему, представляющую серьезную угрозу здоровью обучающихся и правопорядку в обществе. Серьезное влияние оказывают и средства массовой коммуникации [6]. Жестокость, чрезмерный практицизм убивают в детях детство. Они не успевают наполниться детскими чувствами и первооткрытиями, не различают порой добро и зло, не разделяют плохое и хорошее. Уже в 14 лет многие из них ведут фактически взрослый образ жизни, отсюда ранние психотравмы, акцентуации со стойкими незрелыми психическими защитами. Подростки уже в раннем пубертатном возрасте оторваны от мудрости и житейского опыта старшего поколения, черпают знания исключительно из интернета. Поголовный цифровой аутизм позволяет освоить громадное количество информации, но не позволяет ее проанализировать и прочувствовать. Отсюда тяжелые формы речевых деформаций, не умение применять методы синтеза и анализа, использовать абстрагирование и понятийный аппарат. У детей обеднена эмоциональная сфера и практически не развита эмпатия. Высшие чувства, такие как дружба и любовь, превращены в простые контакты или заменяются инстинктами. Деформация личного психосоциотипа связана прежде всего с комплексами неполноценности и чувствами вины, тревожностью и фрустрацией, конфликтной ситуацией в семье между супругами или родительно-детскими отношениями с искаженным стилем воспитания, родительским гипер- или гипоконтролем ребенка. Очень важной может быть несущая роль в коллективе класса подростка, неприятие его классом, буллинг. Обучающийся в таком случае просто не видит в

общеобразовательном учреждении безопасной среды. Это и вышесказанные причины способствуют совершению преступлений обучающимися школ.

Однако в МБОУ "Школа №51 "Центр образования" города Рязани уже сложились некоторые традиции в организации воспитательно-профилактической работы. Это прежде всего выявление и учет детей и семей, требующих социально-психологического сопровождения, который предполагает целый комплекс социально-профилактических мер, направленных как на оздоровление условий школьного обучения, семейного воспитания, так и на индивидуальную социально- педагогическую коррекцию личности обучающегося, удовлетворении им потребности в личностно-доверительном общении, а также мер по восстановлению его социального статуса в коллективе сверстников, и ресоциализации. Для решения этих задач необходимо объединение усилий всех педагогов, социально-психологической службы школы, родителей, правоохранительных органов, всей системы профилактики города. В школе выстраивается комплексная работа, задачами которой является обеспечить психологическую защищенность от всех видов насилия обучающихся и сформировать безопасную психологически комфортную образовательную среду.

В МБОУ "Школа №51 "Центр образования" города Рязани социальный педагог работает с группой риска и группой контроля. В группу риска входят обучающиеся, стоящие на различного рода учетах: внутришкольном, ПДН ОМВД РФ Октябрьского района г.Рязани, а также на контроле КПДНиЗП в качестве учащихся, находящихся в социально опасном положении. Для исследования была взята выборка из другой группы, а именно обучающиеся 7-9 классов в количестве 29 человек и в возрасте 13-15 лет входили в группу контроля. Обучающиеся попали в нее лишь за отдельными эпизодами нарушения Устава школы, или асоциального поведения, которое выявлено

полицией. Главная задача в этом случае не только выявить эти точечные проступки, но и не дать возможности им повториться.

В целях организации профилактики правонарушений подростками и группы риска и группы контроля воспитательно-профилактическую работу в МБОУ "Школа №51 "Центр образования" разбили на три уровня: 1. организационный, 2. групповой, 3. индивидуальный.

1. Организационный уровень подразумевал общешкольное воздействие на экспериментальную группу. МБОУ «Школа № 51 «Центр образования» имеет 98 работников, из них педагогических работников – 66 и совместителей – 6. Администрацией школы являются директор, три зам. директора по учебной работе и один зам. директора по воспитательной работе. Социально-психологическая служба представлена педагогом-психологом, социальным педагогом и учителем-логопедом. Нормативно-правовым обеспечением являются Конвенция о правах ребенка; Федеральные законы «Об образовании», «Об основных гарантиях прав ребенка в РФ», «Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений», Устав школы. В школе учатся 914 обучающихся в 32-ух классах. Есть специализированные гендерные и уровневые классы.

Организационный, или школьный, уровень деятельности несет несколько функций:

1. толерантность ко всем членам педагогического процесса (обучающимся, их родителям, педагогам);
2. достижение условий для гуманистических ценностей;
3. создание условий дружественной среды;
4. профессиональная сплоченность коллектива педагогов;
5. защита от всех форм насилия;
6. конструктивное взаимодействие всех участников педагогического процесса.

К формам и видам организационного (школьного) уровня в МБОУ "Школа №51 "Центр образования" традиционно относятся:

- Общественно-государственная детско-юношеская организация "Российское Движение Школьников". Конкурс лидеров детских и общественных объединений «Команда РДШ».

- Разновозрастная организация «Единство».
- Юнармия.
- Школьный проект «Наша дружная семья».
- Волонтерские отряды.
- День Самоуправления.
- Организация воспитательной работы: КТД, ЧТП, РУСы, малоформатные газеты.

- Вечер встречи выпускников.
- Всероссийский праздник «День Знаний».
- Международный день учителя.
- День Неизвестного Солдата.
- Международный день «Спасибо».
- Всемирный день поэзии. Пушкинский день России. Конкурс «Есенинские уроки».

- Всемирный день здоровья.
- В стенах школы работают: школьный театр «Лоскут»; английский театр «ТЕЗА»; Школа лидера; Школа игры на гитаре; Фольклорный коллектив «Забава» (хор); Спортивная секция «Баскетбол» (Сборная школы); Ансамбль современного эстрадного танца «Лотос» (3 группы).

- На школьном уровне в рамках сетевого взаимодействия делятся своим опытом и ведут тематические занятия представители разных ведомств:

Управление по контролю за оборотом наркотиков УМВД России по Рязанской области; ГБУ РО "ОКНД", ГИБДД УМВД России по Рязанской области. Центр по профилактике и борьбе со СПИДом; Рязанский филиал Московского университета МВД России им. В.Я. Кикотя; ГБУ РО «Центр медицинской профилактики и информационных технологий».

Экспериментальная группа обучающихся 7-9 классов, т.е. 29 подростка в возрасте 13-15 лет, были вовлечены и активно участвовали во всех мероприятиях на школьном уровне за период октябрь-февраль. Их занятость в кружках и секциях дополнительного образования от 23% в октябре выросла до 86%. Несколько человек вошли в состав юнармейцев, другие были вовлечены в детско-юношескую организацию "Российское Движение Школьников" и в школьные коллективы и секции; пять человек приняли участие в волонтерском клубе "Успех в твоих руках" от ЦДТ "Феникс".

2. Групповой уровень деятельности несет несколько функций:

1. Обеспечить доверительное общение.
2. Создать бесконфликтную среду.
3. Стать активным субъектом деятельности.
4. Создать условий избегания манипулирования, насилия и травмирования.
5. Формировать проявление родительской заинтересованности воспитанием и обучением их детей.
6. Вовлечение обучающихся в полезную и внеурочную деятельность.
7. Вовлечение обучающихся в волонтерство.

К формам и видам группового уровня в МБОУ "Школа №51 "Центр образования" относятся:

- интерактивные семинары, в том числе для педагогического коллектива;

- родительские собрания, в том числе с группой родителей-активистов (Управляющий Совет);
- работа с группой обучающихся -активистов (совет дежурных командиров);
- встречи классов с представителями разных ведомств с актуальной темой (употребление и распространение психотропных или психоактивных веществ, месячник безопасности от ГИБДД, профилактике СПИДа, правопорядок, вред и польза от интернета и др.);
- консилиум педагогов;
- родительский клуб;
- деловые игры;
- мастер-классы;
- родительский всеобуч «Личностные особенности подросткового возраста»;
- лагерь с дневным пребыванием детей в каникулярное время;

Подобная организация воспитательной работы проходит в каждом классе с 1 по 11-ый, с родителями, с педагогами школы. Вовлечение экспериментальной группы подростков 7-9-х классов привело к тому, что именно они стали самыми активными участниками всех классных мероприятий в октябре-феврале. Чтобы почувствовать нужность микросоциуму, получить не одно, а несколько самоутверждений по мере получения результатов своей деятельности, некоторые из них побывали дежурными командирами в своих классах, активно участвовали в семинарах, лагерях с дневным пребыванием детей в каникулярное время, деловых играх (например, "Своя игра", организованная медицинским психологом ГБУ РО "ОКДН"; интенсива "ЗД: Думай. Действуй. Добивайся" клуба "Успех в твоих руках" от ДТЦ "Феникс"). Одновременно с каждым родителем (законным

представителем) проводились правовые беседы, личные консультации по вопросам воспитания и обучения подростка, главное, родительский всеобуч «Личностные особенности подросткового возраста».

Индивидуальный уровень деятельности несет несколько функций:

1. формирование значимой уважаемой личности;
2. формирование нравственной, мотивационной (особенно учебной мотивации), волевой, эмоциональной сфер личности;
3. организация педагогической помощи обучающимся при формировании учебной деятельности;
4. индивидуальная помощь для привлечения и участия в групповых и общешкольных объединениях, в процесс социализации и ресоциализации;
5. умение выстраивать доброжелательные бесконфликтные отношения в макро- и микросреде, воспитание законопослушного гражданина, который соблюдает все правила общественного порядка и Устава школы;
6. удовлетворение потребности в личностно-доверительном общении;
7. формированию и развитию саморегуляции психического состояния.

К формам и видам индивидуального уровня в МБОУ "Школа №51 "Центр образования" относятся:

- игровые формы;
- различные формы социально-психологического сопровождения;
- внеклассные занятия;
- индивидуальные профилактические, коррекционно- развивающие программы.

К основным направлениям организации воспитательно-профилактической индивидуальной работы относят индивидуальную организационно-социальную работу, оказание социально-педагогической и психологической помощи, профилактическую работу с обучающимися и их семьями, организацию досуга и оздоровления несовершеннолетних, оказание социальной поддержки, правовое воспитание и защиту прав ребенка в социально-педагогической деятельности, профориентационную работу.

1. Индивидуальная организационно-социальная работа представляет собой:

- Обследование условий жизни и воспитания обучающихся детей из экспериментальной группы (обследование проводилось по необходимости как плановое или по чрезвычайным обстоятельствам; охвачено 55% семей участников эксперимента)
- Организация педагогической помощи обучающимся и семьям группы риска, детям из неблагополучных семей, детей состоящих на различных видах учета в органах системы профилактики (проведены психодиагностика, диагностика социального окружения, у всех участников оформлена карта учащихся, у некоторых учетные карточки, со всеми проведена разъяснительная работа по учебной деятельности, некоторые фиксировали свою посещаемость и успеваемость ежедневно у социального педагога (13 человек, или 44,8% участников, которые нуждались в постоянном контроле).
- Выявление неблагополучных семей и семей в социально опасном положении (СОП). Формирование банка данных "Социальный паспорт семьи" всех семей, состоящих на контроле КПДНиЗП Октябрьского района города, на учете в ПДН ОМВД РФ Октябрьского района г Рязани, на ВШУ

МБОУ «Школа №51 «Центр образования», а также неблагополучных семей и находящихся в социально-опасном положении.

- Профилактическая работа с неблагополучными семьями и семьями СОП. Таковых в экспериментальной группе оказалось 4 семьи, или 13,8% на момент начала эксперимента, и осталась лишь одна по окончании эксперимента (3,5% от общего количества участвующих в эксперименте).
- Вовлечение обучающихся девиантного поведения в полезную и внеурочную деятельность. В начале эксперимента занятость составила 24% (7 человек), в конце выросла до 86% (25 человек).
- Вовлечение обучающихся девиантного поведения в волонтерство (волонтерами стали 5 человек, или 17% участников эксперимента).
- Вовлечение всех обучающихся в общешкольные, групповые мероприятия (активными юнармейцами стали 2 человека, или 7%, в школьных мероприятиях участвовали 89,6%, или 26 человек).
- Проведение индивидуальной профилактической работы (со всеми проведена работа, или 100%).

2. Направление по оказанию социально-педагогической и психологической помощи представляет собой:

- Заполнение учетной карточки обучающихся группы риска (учетный карточки оформлялись только на группу риска и учащихся СОП, что составило 11 человек, или 38%).
- Заполнение карты обучающегося группы контроля и группы риска (заполнялось на всех участников эксперимента, или 100%).
- Контроль посещаемости учебных занятий группы контроля и группы риска (посещаемость уроков была во всех классах, в которых учатся 29 человек экспериментальной группы).

- Контроль успеваемости по предметам группы контроля и группы риска (100% контроль).
- Составление характеристик обучающихся для ВШУ, управления образования и молодежной политики, ПДН ОМВД РФ и КПДНиЗП города (написано 8 характеристик, или 27,6% от количества участвующих в эксперименте).
- Диагностический компонент социального сопровождения (в общешкольном социально-психологическом тестировании по выявлению склонности к наркозависимости участвовали все; в индивидуальном - 12 человек, или 41,4% участников эксперимента) .
- Контроль поведения на уроках и на переменах обучающихся группы контроля и группы риска (100% контроль)..
- Поддержка учащихся, нуждающихся в защите: детей-инвалидов, детей-сирот, детей, находящихся под опекой, из малообеспеченных семей, неблагополучных, неполных (в экспериментальной группе таковых было 10 человек, или 34,5%).
- Проведение консультаций для родителей (законных представителей) по вопросам воспитания и обучения (консультации получили 18 родителей подростков экспериментальной группы, или 62%).
- Проведение профилактической работы по предупреждению конфликтов в семье с родителями и обучающимися (100% участников)
- Проведение коррекционно-развивающей работы с несовершеннолетними (100% участников) [4].

3. Направление профилактической работы с обучающимися и их семьями представляет собой:

- Взаимодействие с КПДНиЗП Октябрьского района г. Рязани; ПДН ОМВД РФ Октябрьского района г. Рязани; сектором охраны прав

детства управления образования и молодежной политики администрации г.Рязани; ГБУ РО ОКПБ, ГБУ РО ОККВД, ГБУ РО ОКНД (получено 24 консультации, проконсультировано 13 случаев).

- Профилактическая работа по предупреждению текущей и итоговой неуспеваемости обучающихся (велся 100% контроль успеваемости).

- Контроль за поведением в рамках школьной дисциплины и Устава школы (велся 100% контроль).

- Приглашение на Совет профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних и их родителей (законных представителей) (за период октябрь-февраль приглашены 16 участников эксперимента, на внутришкольный учет в результате встали 10 человек).

- Организация встреч с обучающимися представителями правоохранительных органов для выяснения участия в правонарушениях на территории школы (3 встречи, или 10,3% от общего количества экспериментальной группы).

- Содействие в участии обучающихся группы риска в волонтерском клубе «Успех в твоих руках» при ДЦ «Феникс» (участниками стали 6 человек, или 21%).

- Групповая деятельность (в сообщающих беседах в рамках профилактической и коррекционно-развивающей работы приняли участие 86% от экспериментальной группы, проведено 43 мероприятия [4]).

- Участие обучающихся группы риска в городских мероприятиях, организованные Управлением образования и другими структурами города (участвовали 10 человек, или 34,5% участников эксперимента).

4. Направление организации досуга и оздоровления несовершеннолетних представляет собой [3]:

- Организация занятости обучающихся в кружках, секциях, доп.образования школы и города (в распоряжении участников эксперимента был школьные и городские спортивные, культурные, познавательные мероприятия).
- День здоровья. Профилактика здорового образа жизни. Беседы по формированию и развитию навыков ЗОЖ. Активная пропаганда ЗОЖ (организация и проведение тематических мероприятий в школе; мероприятия проводимые представителями разных ведомств в рамках сетевого взаимодействия; программы ЗОЖ социального педагога, педагога-психолога, классных руководителей классов, в которых учатся участники эксперимента, учителей-предметников в рамках уроков по ОБЖ, физической культуре).
- Анонимное тестирование, мониторинг "Отношение обучающихся и их родителей к употреблению подростками ПАВ". Социально-психологическое тестирование (прошло как общешкольное мероприятие в ноябре 2019г).
- Беседы по формированию и развитию саморегуляции психического состояния (обучение азам аутотренинга, медитации, волевого контроля психического состояния, в котором приняли участие 17 обучающихся, или 58,6% участников эксперимента).
- Урок здоровья «Смертельно опасная мода» для группы контроля и группы риска (13 участников, или 44,8% в рамках занятия с представителем из наркодиспансера, который являлся медицинским психологом).
- Профилактика табакокурения, спайсов, снюсов и алкоголизма в рамках авторской программы "Сделай правильный выбор" (участвовали 14 человек, 48,3% участников эксперимента).
- Участие в городских и областных акциях, посвященных вреду и опасности наркозависимости (2 участника, 6.9% участников эксперимента).

5. Направления оказания социальной поддержки; правового воспитания и защиты прав ребенка в социально-педагогической деятельности; профориентационной работы включают в себя:

- Велась социальная поддержка обучающихся экспериментальной группы, т.к. среди обследуемых был подросток из многодетной и малообеспеченной семьи, подросток из неблагополучной семьи, три подростка из неполных семей (обеспечение бесплатным питанием, мониторинг бесплатного питания льготной категории обучающихся; получение транспортной карты "Умка").

- Обеспечение бесплатным питанием, мониторинг бесплатного питания льготной категории обучающихся (бесплатно питались 16 человек, или 55%).

- «Знаешь ли ты Устав нашей школы?» Правовая беседа для группы контроля и группы риска (100% охват экспериментальной группы).

- Встречи с инспекторами КПДНиЗП и ПДН ОМВД РФ. Темы бесед: «Уголовная ответственность за правонарушения и преступления», «Подросток и ответственность» (14 человек, или 48,3% участников эксперимента)

- Правовой лекторий «Устав школы и Законы РФ» (проведены по классам и индивидуально с каждым обучающимся и родителем экспериментальной группы по правам и обязанностям обучающихся и их родителей (законных представителей), 100% охват).

- Социально-педагогическая защита прав ребенка на образование. Социально-педагогическая защита прав ребенка на охрану здоровья. Социально-педагогическая защита прав ребенка на участие в трудовой деятельности (проведены по классам и индивидуально с каждым обучающимся и родителем экспериментальной группы, 100% охват).

- Диагностика профессиональных склонностей. Просветительская работа по выбору профессии (проведены по классам и индивидуально с каждым обучающимся и родителем экспериментальной группы, 100% охват) [5].

Таким образом, организация профилактики должна включать в себя несколько уровней, входящих друг в друга, которые в свою очередь должны иметь несколько направлений, связанных с психосоциальными технологиями преодоления девиантного поведения подростков для профилактики правонарушений несовершеннолетних. Кроме того, организация на уровне общеобразовательного учреждения должна быть встроена в систему профилактики города Рязани.

Литература:

1. Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних. Федеральный закон от 24 июня 1999 г. № 120-ФЗ /Информационно-справочная система «Консультант-Плюс».
2. Об основах системы профилактики правонарушений в Российской Федерации. Федеральный закон от 23 июня 2016 г. № 182-ФЗ /Информационно-справочная система «Консультант-Плюс».
3. Антонова С.И. Оценка здоровья и проявления здорового образа жизни как целевых параметров оказания психологической помощи школьникам /"Особенности формирования здорового образа жизни: факторы и условия". Мат. III Междунар. заочной научно-практ. конф. - Улан-Удэ: Изд. ВСГУТУ, 2015. С.22-24.
4. Антонова С.И. Психосоциальное исследование среди девиантных подростков.

/Человек в 21 веке: Мат. X Междунар. научно-практ. конф. преподавателей и студентов. – Обнинск: ФГБУ «ВНИИГМИ-МЦД», 2015. – С323-324.

5. Резапкина Г.В. Психология и выбор профессии: программа предпрофильной подготовки: Уч.–метод. пособие для психологов и педагогов. — М.: Генезис, 2005. — 208 с.

6. Сухов А.Н., Гераськина М.Г., Захарова А.А., Старикова О.В., Кирсанова О.С., Корчагина Л.М., Антонова С.И. Социально-психологические технологии работы с различными группами населения. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным специальностям /Под ред. д.псих. наук, проф. А.Н. Сухова. -М.: Изд-во "Юнити-Дана", 2019.- 271с.

УДК 316.624

**ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОФИЛАКТИКИ ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЯ
НИКОТИНОСОДЕРЖАЩЕЙ НЕКУРИТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ
ПОДРОСТКАМИ**

**ORGANIZATION OF PREVENTION OF ABUSE OF NICOTINE-
CONTAINING NON-SMOKING PRODUCTS BY TEENAGERS**

*Антонова С.И.**

В статье рассматриваются вопросы организации воспитательно-профилактической работы с подростками, в которую должны войти психосоциальная технология преодоления девиантного поведения и программа "Сделай свой выбор" по профилактике злоупотребления никотиносодержащих веществ.

The article deals with the organization of educational and preventive work with adolescents, which should include psychosocial technology to overcome deviant behavior and the program "Make your choice" for the prevention of abuse of nicotine-containing substances.

Ключевые слова: *профилактическая работа, здоровый образ жизни, организационно-социальная работа, оказание социально-педагогической и психологической помощи, правовое воспитание, организация досуга.*

Key words: *preventive work, healthy lifestyle, organizational and social work, provision of socio-pedagogical and psychological assistance, legal education, the organization of leisure time.*

DOI 10.37691/2619-0265-2020-0-1-22-34

* **Антонова Светлана Ивановна** - кандидат биологических наук, доцент по кафедре социальной психологии и социальной педагогики, социальный педагог МБОУ "Школа № 51" "Центр образования", Рязань.
Antonova S. I., PhD in Biology, Associate Professor of the Department of Social Psychology and Social Pedagogy, social teacher of MBOU "School № 51 "Center of education", Ryazan, e-mail: 68-1-409@mail.ru

Проблема приобщения молодежи к потреблению никотиносодержащих веществ и их эпидемия становится все более актуальной, т.к. особенности возрастной специфики подростков упрощают ситуацию пробного или экспериментального употребления психоактивных веществ. Поскольку злоупотребление никотиносодержащей некурительной продукции (например, снюсами) не зависит от большей или меньшей трудности их добывания, оно не может быть устранено только запретами и репрессиями, которые пытается осуществлять государство. Проблема на самом деле заключается не столько в психотропном препарате как в таковом, каким бы он ни был, сколько в эмоциях, которые хотят испытать с его помощью. Подросток часто переживает при нарушениях своей идентичности и индивидуализации, поэтому он легко впадает в состояние социальной дезадаптации [7]. При этом культурные нормы, ценности и социальные взаимосвязи такого человека ослабевают. Чтобы преодолеть это состояние, уйти от реальных проблем, да еще и получить ложный авторитет "крутого" парня среди ровесников, им помогает употребление психоактивных веществ, одной из форм которых стала никотиносодержащая некурительная продукция, ярким примером которой стали снюсы. Т.к. их позиционируют разного толка дельцы, обходящие законы государства, как легкий табак, безвредный по своему воздействию на организм, без запаха и без вызывания зависимости, а это путь к бесконфликтности с взрослыми, он легко распространился именно среди подростков. После запрета в РФ в 2009 году сосательного табака (концентрация 5-11 мг/г сухого веса), снюсы в 2015 году стали ввозить и продавать в виде жевательного табачного изделия [1]. Технология изготовления не сосательного, а жевательного табака неизбежно изменила их концентрацию (до 293 мг/г), а для успешной продажи они идут либо без маркировки концентрации, либо с измененной. Тяжесть употребления увеличивается еще и из-за того, что снюсы, особенно влажные или

пролежавшие более месяца, накапливают в своем составе бактерии и вирусы, а значит становятся канцерогенами, т.к. в них выявлено наличие N-нитрозаминов, а по определению Всемирной организации здравоохранения— это агент, который в силу своих свойств может вызвать необратимые повреждения генетического аппарата клеток организма и являются онкогенными [8]. Поэтому снюс не только провоцирует развитие кариеса и язвенные поражения десен из-за способа их употребления, но и повышает риск рака поджелудочной железы, а также сахарного диабета, тяжелые патологии сердца и сосудов. Кроме того, снюс имеет психотропное действие на головной мозг и быстро вызывает развитие физической и психической никотиновой зависимости у неокрепшего организма подростка. Отсюда нервное возбуждение, перепады настроения, нетипичная раздражительность и тревожность, рассеянность и снижение учебных показателей в школе, усталость и сложности с концентрацией внимания [3]. Специфический синдром отмены – это ломка от снюса: бессонница или чрезмерная сонливость; головные боли, частое головокружение; частые скачки давления; частые сбои сердечного ритма. При этом интенсивность и продолжительность симптомов ломки зависит от стажа употребления снюса. Так, на начальной стадии никотиновой зависимости у подростка пик ломки приходится на 3-5 день отказа, а сама ломка проходит за 1-1,5 недели. При более длительной зависимости синдром отмены может вызвать абстинентный синдром и кому. С ноября 2019 года практически по всем регионам России прокатилась волна передозировок снюсом: потеря сознания, тахикардия, аритмия, подростки попадали в реанимацию, был уже зафиксированы случаи со смертельным исходом. Не стали исключением и школы Рязани.

Т.к. появление и распространение девиантного поведения подростков, связанных с употреблением никотиносодержащей продукции, связано не с

определенной причиной, а объединением нескольких условий и факторов, то профилактика имеет свою специфику по его преодолению. Основой ранней профилактики должна стать микросреда подростка: его семья и школа [3]. Именно в их функцию входит во время заметить отклонения в пубертатном возрасте. Поэтому организация профилактики включила в себя многофакторную технологию по преодолению злоупотребления никотиносодержащей некурительной продукции подростками, в которую вошли: психосоциальная технология преодоления девиантного поведения подростков; апробация авторской программы "Сделай свой выбор" по профилактике злоупотребления никотиносодержащей некурительной продукции подростками; психосоциальное воздействие на подростков представителями различных ведомств, объединенных в структуру профилактики города.

Были обследованы 12 подростков, находящихся на учете социального педагога в МБОУ "Школа №5 1"Центр образования". Из них – 5 девочек и 7 мальчиков в возрасте 11-15 лет.

В качестве констатирующего эксперимента для организации воспитательно-профилактической индивидуальной работы применили пять направлений: направление по индивидуальной организационно-социальной работе; направление по оказанию социально-педагогической и психологической помощи; направление профилактической работы с обучающимися и их семьями; направление организации досуга и оздоровления несовершеннолетних; направление по правовому воспитанию и защите прав ребенка, профориентационная работа с ними:

1. Индивидуальная организационно-социальная работа включила в себя:

- Обследование условий жизни и воспитания обучающихся подростков.

- Заполнение учетной карточки и карты обучающегося.
- Организация педагогической помощи обучающимся при формировании учебной деятельности.
- Вовлечение обучающихся девиантного поведения
 - ✓ в полезную и внеурочную деятельность.
 - ✓ в волонтерство.
 - ✓ в общешкольные, групповые мероприятия и проведение с ними индивидуальной профилактической работы.

2. Направление по оказанию социально-педагогической и психологической помощи включило в себя:

- Ежедневный контроль посещаемости учебных занятий и успеваемости по предметам у этих обучающихся.
- Диагностический компонент социального сопровождения.

Для этого была адаптирована и частично использована программа обучающего семинара "Методика проведения тренинга личностного роста для подростков и старшеклассников" кафедры возрастной психологии факультета психологии МГУ, а также авторская методика "Группы личностного роста с подростками" Лидерса А.Г. [4]. Кроме того, для психосоциального исследования были использованы официальные тесты, применяемые в практической психологии и психологии социальной работы: 1) цифровой тест «Психосоциотип» по Р.Мигелю и А.Овчарову; 2) тест Х. Роттера по анализу социальной детерминанты и личностной характеристики в экстремальной ситуации; 3) тест Г.Айзенка по выявлению степени рациональности и интеллектуальности; 4) проективный тест «Художник - Мыслитель» по Л. Д. Столяренко для выявления потенциальной категории функциональных систем; 5) тематический апперцептивный тест А. Моргана

и У. Мюррея для анализа зависимости восприятия предметов и явлений действительности от прошлого опыта, индивидуальных особенностей и психического состояния личности; 6) личностный тест «Экстраверт - Интроверт» по Р. А. Кошапову [2]. Все полученные данные были подвергнуты количественному [6] и качественному анализу.

- Посещение социальным педагогом уроков класса, в котором учатся обучающиеся с девиантным поведением.

- Социальная поддержка обучающихся, т.к. среди обследуемых были подросток из многодетной и малообеспеченной семьи, подросток из неблагополучной семьи, три подростка из неполных семей. Социальная поддержка включала в себя обеспечение бесплатным питанием, мониторинг бесплатного питания льготной категории обучающихся; получение транспортной карты "Умка".

- Проведение консультаций для родителей (законных представителей) по вопросам воспитания и обучения (всего 67 консультаций).

- Проведение профилактической работы по предупреждению конфликтов в семье и школе.

- Проведение коррекционно-развивающей работы с несовершеннолетними по формированию нравственной, мотивационной (особенно учебной мотивации), волевой, эмоциональной сфер. Поэтому в программу профилактики последовательно были вложены следующие темы:

Отечество. Воспитание законопослушного гражданина как альтернатива злоупотреблению никотиносодержащей некурительной продукции.

Личность. Велось обсуждение личности как индивида социальных отношений и сознательной деятельности по формированию нравственной, мотивационной, особенно учебной мотивации, волевой, эмоциональной сфер.

Кроме того, был поставлен акцент на темы: игромания, телефономания, компьютеромания, которые ведут к социальной зависимости от них так же, как и никотиносодержащая продукция.

Убеждения. Основным вопросом стала тема: "Здоровье как величайшая ценность Человека". Акцент был сделан на вредные привычки подростков (раннее курение), парасуицидальные наклонности (антивитальное поведение), а главное, на профилактику и скорую психофизиологическую зависимость от снюсов, наркомании, токсикомании, что особенно ведет к деградации личности.

Внутренний мир Человека. В ее рамках обсуждались темы своего «Я», чужого «Я», а также такие понятия как эмпатия, доверие к себе, душевное спокойствие, умение построить цель и идти к ней, распределять приоритеты, гармония во внутреннем мире как путь к здоровому образу жизни.

Социализация. Умения выстраивать доброжелательные бесконфликтные отношения в социуме, который соблюдает все правила общественного порядка и Устава школы.

3. Направление профилактической работы с обучающимися и их семьями включило в себя:

- Взаимодействие с КПДНиЗП Октябрьского района г. Рязани; ПДН ОМВД РФ Октябрьского района г. Рязани; сектором охраны прав детства управления образования и молодежной политики администрации г.Рязани; ГБУ РО ОКПБ, ГБУ РО ОККВД, ГБУ РО ОКНД.
- Профилактическая работа по предупреждению текущей и итоговой неуспеваемости обучающихся.
- Контроль за поведением в рамках школьной дисциплины и Устава школы.

- Приглашение на Совет профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних и их родителей (законных представителей).
- Организация встреч с обучающимися экспериментальной группы в составе своего класса и индивидуально с представителями ПДН ОМВД РФ, ГБУ РО ОККВД, ГБУ РО ОКНД, Управления за контролем по обороту наркотиков. Поэтому проведено 13 мероприятий с 6-тью классами, в которых учились обучающиеся, входившие в программу и организовано 16 индивидуальных встреч в рамках сетевого взаимодействия.
- Содействие в участии обучающихся экспериментальной группы в волонтерском клубе «Успех в твоих руках» при ДТЦ «Феникс» г.Рязани, который работает с трудными подростками под руководством Управления образования и молодежной политики г.Рязани. В течение периода октябрь-февраль обучающиеся экспериментальной группы посетили клуб 15 раз, в том числе прошли программу интенсива "3Д: Думай. Действуй. Добивайся" с участие профессиональных психологов и волонтеров-студентов вузов г.Рязани. Программа продлится до мая.
- Групповая деятельность, в которую вошли общающиеся беседы социального педагога в рамках профилактической работы с экспериментальной группой, а также проведенные классные часы на тему профилактики злоупотребления никотиносодержащей некурительной продукции экспериментальной группой ювинальников с младшими подростками 4-6-ых классов.
- Участие обучающихся группы риска в городских мероприятиях, организованных Управлением образования и молодежной политики г.Рязани, а также другими структурами, входящими в систему профилактики города (тематические семинары, школьные конференции).

4. Направление организации досуга и оздоровления несовершеннолетних включило в себя:

• Организация занятости обучающихся в кружках и секциях дополнительного образования школы и города. По окончании профилактической работы все участвующие в эксперименте были заняты, хотя в начале занятость составляла лишь 33%. Так, 12 подростков приняли участие в 15 в кружках и секциях дополнительного образования школы и города: 6 человек - в волонтерском движении, 1 человек - в техническом кружке города, 5 - в спортивных секциях (школьная секция туризма, восточные единоборства, школьный бассейн, худ. гимнастика), 1 человек - в Юнармии школы, 2 человека занимались в кружках, связанных с искусством в городе (худ. школа, эстрадные танцы).

• Программа "Сделай свой выбор" по профилактике злоупотребления никотиносодержащей некурительной продукцией подростками, включающая в себя пять групповых занятий:

- ✓ 1 урок: Правовой урок «Ответственность за правонарушение»;
- ✓ 2 урок: «Урок здоровья «На краю пропасти». Профилактика психоактивных веществ;
- ✓ 3 урок: Урок здоровья. Формирование стойкого негативного отношения к никотиносодержащей некурительной продукции;
- ✓ 4 урок: Понятие «здоровый образ жизни» и жизнь без никотиносодержащей некурительной продукции;
- ✓ 5 урок: Беседа по формированию и развитию саморегуляции психического состояния (бесконфликтность в обществе, умение говорить «нет»; познавательные и практические чувства в жизни человека).

• День здоровья. Профилактика здорового образа жизни. Беседы по формированию и развитию навыков здорового образа жизни: методы и приемы релаксации; двигательная активность в рамках зарядки, занятия с

тренажерами на дворовых площадках, в тренажерных залах и в фитнес центрах; режим дня, сна и бодрствования, труда и отдыха; умение распределять нагрузку физическую и умственную.

- Активная пропаганда ЗОЖ – организация и проведение тематических мероприятий руководителя сектора медицинской профилактики ГБУ РО «Центр медицинской профилактики и информационных технологий» на тему «Информационно-просветительское занятие по мотивации на здоровый образ жизни и профилактике вредных привычек».

- Анонимное тестирование, мониторинг "Отношение обучающихся и их родителей к употреблению подростками психоактивных веществ". Социально-психологическое тестирование, проходящее во всей школе в рамках городской программы.

- Беседы по формированию и развитию саморегуляции психического состояния. Обучение аутотренингу и медитации в экспериментальной группе.

- Урок здоровья «Безвредного табака не бывает» о вреде табакосодержащих и никотиносодержащих веществ, в том числе и снюсов, использовании электронных сигарет, профилактика раннего табакокурения.

- Участие в городских и областных акциях, посвященных наркозависимости.

5. Направление по правовому воспитанию и защите прав ребенка, профориентационная работа включило в себя:

- Правовой лекторий «Устав школы и Законы РФ». Приводились выдержки из Конституции РФ, Федеральных законов РФ, КоАП РФ, Устава школы с обсуждением.

- Встречи с инспекторами КПДНиЗП и ПДН ОМВД РФ Октябрьского района города Рязани. Темы бесед: «Уголовная

ответственность за правонарушения и преступления», «Подросток и ответственность».

- Работа с родителями подростков:
 1. Социально-педагогическая защита прав ребенка на образование.
 2. Социально-педагогическая защита прав ребенка на охрану здоровья.
- Профориентационная работа
 1. Диагностика профессиональных склонностей.
 2. Уроки профориентации по Резапкиной Г. В. (32 занятия) [5].
 3. Просветительская работа по выбору профессии.

В качестве формирующего эксперимента был вторично взят опросник Лидерса А.К [4]. Он показал, что подростки изменили свое отношение на многие социальные сферы жизнедеятельности с негативных на устойчиво-позитивное и ситуативно-позитивное отношение к себе, к людям и обществу. При этом устойчиво-негативного отношения на социальные сферы жизни не выявлено. Поэтому можно констатировать, что данная организация психосоциальной технологии преодоления девиантного поведения в области злоупотребления никотиносодержащей некурительной продукцией подростками прошла успешно. Это, в свою очередь, предполагает возможность пересмотра этих подростков как группы риска, снятие их с внутришкольного учета и учета ПДН ОМВД РФ Октябрьского района г.Рязани, а также с контроля КПДНиЗП Октябрьского района г.Рязани.

Таким образом, организация профилактики должна включить в себя многофакторную технологию по преодолению злоупотребления никотиносодержащей некурительной продукцией подростками, в которую должны войти психосоциальная технология преодоления девиантного поведения подростков; программа "Сделай свой выбор" по профилактике

злоупотребления никотиносодержащей некурительной продукции подростками; психосоциальное воздействие на подростков представителями различных ведомств, встроенных в систему профилактики города Рязани.

Литература:

1. "Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака". Федеральный закон от 30 декабря 2015 г. № 456-ФЗ /Информационно-справочная система «Консультант-Плюс».
2. Антонова С.И. Исследования особенностей самовосприятия и восприятия ближайшего социального окружения у лиц с наркотической зависимостью и их психологическая коррекция /«Учёные записки РГСУ».- М.: Изд.РГСУ.-Том1.-№4(126).-2014.- С.107-113.
3. Антонова С.И. Психосоциальная технология преодоления девиантного поведения подростков. /«Формы и методы социальной работы в различных сферах жизнедеятельности». Мат. VI Межд. научно-практ. конф. - Улан-Удэ: Изд. ВСГУТУ, 7-8 декабря 2017.- С. 20-21
4. Лидерс А. Г. Психологический тренинг с подростками: Учеб. пособие. — М.: Изд.«Академия», 2011. — 256 с.
5. Резапкина Г.В. Психология и выбор профессии: программа предпрофильной подготовки. Учебно–методическое пособие для психологов и педагогов. — М.: Генезис, 2005. — 208 с.
6. Сидоренко Е.В. Методы математической обработки в психологии. - М.: Изд. Социально – психологического университета, 2006.-249с.
7. Сухов А.Н., Гераськина М.Г., Захарова А.А., Старикова О.В., Кирсанова О.С., Корчагина Л.М., Антонова С.И. Социально-психологические технологии работы с различными группами населения. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным

специальностям /Под ред. д.псих. наук, проф. А.Н. Сухова. -М.: Изд-во "Юнити-Дана", 2019.- 271с.

8. J.Park, J.Seo, J.Lee, H.Kwon. Distributing of seven n-nitrosamines in Food. /Toxicol Res.-2015.-Sep.31(3).-P.279-288.

УДК 378

**КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ КАК ЭЛЕМЕНТ КУЛЬТУРЫ –
АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ И ПОСТАНОВКА ВОПРОСОВ**

**COMPUTER GAMES AS AN ELEMENT OF CULTURE: ACTIVITY OF
RESEARCH AND STATEMENT OF QUESTIONS**

Горелик А.А.*

В статье автор анализирует актуальность исследования феномена компьютерных игр и понятие игры в целом. Поднимаются вопросы о необходимости всестороннего исследования данной области и недостаточности научной проработанности проблемы. Выделяются некоторые функции компьютерных игр и поясняется их значимость для современного общества. В результате делается вывод о необходимости системного подхода к исследованию данного направления.

In the article, the author analyzes the relevance of the study the phenomenon of computer games and the concept of the game. Also being raised questions about the need for a comprehensive study of this area and the lack of scientific elaboration of the problem. Some functions of computer games are highlighted and their significance for modern society is explained. As a result, it is concluded that a systematic approach to the study of this direction is necessary.

Ключевые слова: игра, компьютерные игры, системный подход, функции, актуальность исследования.

Key words: game, computer games, systems approach, functions, relevance of research.

DOI 10.37691/2619-0265-2020-0-1-35-47

* Горелик А.А., кандидат политических наук, доцент, кафедры журналистики и связей с общественностью, Московский гуманитарно-экономический университет, г. Москва, РФ, e-mail: lt.anton@tut.by
Gorelik A.A., PhD of political sciences, Docent of Department of journalism and public relations, The Moscow University of Economics and Humanities, Moscow, Russia, e-mail: lt.anton@tut.by

Само слово «игра» современным человеком часто воспринимается, как синоним чего-то несерьезного. «Делу время – потехе час» гласит народная мудрость. Это отмечал, в частности, такой видный ученый как Й. Хейзинга в своей работе *Homo ludens*. Он говорил, что «в нашем сознании игра противостоит серьезности» [1 с.24]. Однако речь именно о представлении об игре в сознании человека. На самом же деле игра проникает во все сферы человеческой жизни и культуры. Она идет с нами рука об руку с самых первых дней нашей жизни и остается до самой смерти. Кроме того, игра чрезвычайно важный процесс, место которому находится во всех «серьезных» аспектах нашей деятельности. В бизнесе, политике, образовании и многих других сферах человек осуществляет свою деятельность «играя».

Не секрет, что игра давно стала важным методом обучения не только детей, но и взрослых. Более того, именно взрослые люди охотнее всего участвуют в «игровых» процессах. Так в деловой сфере одним из самых эффективных и популярных методов обучения и тренинга являются т.н. «кейсы», суть которых состоит в моделировании проблемной ситуации и «отыгрывании» ее с разных позиций-ролей. В высшей школе идеальным «практическим занятием» считается то, где студенты могут активно высказывать и обсуждать проблему с разных сторон, а преподаватель предлагает им-«моделирует» различные ситуации. Причем все это происходит с величайшей серьезностью.

Игра давно стала не только моделью отдыха, но и мощным инструментом работы, не говоря уже о бизнесе. Футболисты «играя» зарабатывают и деньги, и известность, приковывая к себе внимание миллионов людей по всему миру. Игра в театре или кино считается проявлением высшего мастерства. При этом если посещение кинотеатра еще несет в себе некоторую «несерьезность», то постановка шекспировской

драмы выходит далеко за рамки наших представлений об отдыхе. «Недооценка игры ведет к переоценке серьезности» [1. с.27], - делает вывод Й. Хейзинга.

Однако исследований на эту тематику слишком мало и часто они не охватывают важные вопросы культуры игр. Некоторые же сферы игровой индустрии, такие как разновидность игр компьютерных и вовсе практически не затронуты, а исследования в данной области носят преимущественно односторонний характер. Это тем более важно, что хотя эта разновидность игр уже стала обыденной реальностью, отношение общества к ней не сформировано. С одной стороны это огромная отрасль индустрии, в которой задействованы сотни тысяч людей, для которых она является работой. Миллионы игроков по всему миру и даже чемпионаты с многомиллионными призами и огромными аудиториями однозначно говорят об интересе к этому направлению. С другой стороны, влияние компьютерных игр на психику и поведение людей практически не изучено, абсолютно недостаточно научных работ, объяснявших бы важность данных процессов. В результате в обществе формируется огромное число мифов о «несерьезности», или даже опасности игр. Даже серьезные организации, такие как "Офицеры России" и "Комитет солдатских матерей России" называют компьютерные игры причиной страшных преступлений, таких как, например, расстрел военнослужащим своих коллег и офицеров. [2] Эти и другие многочисленные случаи говорят о живом интересе к проблеме компьютерных игр и назревшей необходимости научных исследований в данной отрасли. Тема компьютерных игр крайне многогранна. Как любой другой инструмент игры могут рассматриваться с точки зрения различных наук и подходов. С нашей точки зрения логично отталкиваясь от основных функций игры исследовать сначала изученность проблемы, и лишь затем переходить к разработке методов и начинать собственно исследования.

Что же такое игра? В толковом словаре Ушакова эта деятельность обозначается как «Тот или иной вид ... действия, как совокупность определенных приемов, правил» [3]. Даже эта трактовка выводит нас на размышления о множественности функций игры. Обычно вспоминаемая рекреационная функция – это лишь верхний слой указанной деятельности, поэтому останавливаться глубоко мы на ней не будем. Никто не отрицает, что участие в игре подразумевает получение удовольствия от этого процесса, но им, однако же, не исчерпывается.

Трактовка «Новейшего философского словаря» гораздо богаче (и она абсолютна идентична трактовке «Словаря постмодернизма»[4] – «игра - разновидность физической и интеллектуальной деятельности, лишенная прямой практической целесообразности и представляющая индивиду возможность самореализации, выходящей за рамки его актуальных социальных ролей. И. - одно из ключевых понятий современной культурологии. В широкий научный обиход вошло в значительной степени благодаря классической работе "Homo Ludens" (1938). И она снова выводит нас на классика в исследовании игровой деятельности – Й. Хейзингу[5]. Однако далее в словаре не упоминается сколько-либо значимых современных исследователей, а упоминаемые имена изучавших данную отрасль относятся к классикам философии.

Примечательно, что далее в статье «Игра» расшифровывается как чрезвычайно глубокое и даже необходимое понятие – «И. - многогранное понятие, обозначающее как особый адогматичный тип миропонимания, так и совокупность определенных форм человеческой деятельности» [4]. Тем самым авторы словаря выводят понятие на новый уровень понимания, указывая значение миропостижения и даже мировоззрения. Остается лишь согласиться с необходимостью принятия игры, как естественной и необходимой деятельности человека.

Однако все вышеуказанное относится лишь к общему понятию игры. Что же касается определения игры компьютерной, то тут составители словарей замечают лишь один из аспектов термина – ее технологичность, обходя стороной большинство вопросов связанных не с технологией, но с самим процессом таких игр. Так «Большой энциклопедический словарь» дает следующее определение – "КОМПЬЮТЕРНАЯ игра - техническая игра, в которой игровое поле находится под управлением ЭВМ или воспроизводится на экране дисплея. Компьютерная игра - одно из основных и массовых применений микропроцессорной вычислительной техники, относящейся к досугу, воспитанию и образованию.»[6] В данном определении лишь вскользь упоминается возможность применения игр в человеческих отношениях.

Гораздо более интересное определение встречается в «Новом словаре методических терминов и понятий», где компьютерная игра определяется как «Разновидность игр, в которых компьютер выполняет роль ведущего или партнера по игре, а возникающие по ходу игры игровые ситуации воспроизводятся на экране дисплея или телевизора. Играющим предоставляется возможность изменять игровую ситуацию, управлять ею с помощью различных команд.» [7]

Это определение сразу ставит два важных для дальнейшего изучения вопроса:

1. Какова реальная роль искусственного интеллекта в современных играх. С учетом крайне высоких результатов, которые показывает ИИ в современных играх (настолько высоких, что им заинтересовались военные эксперты и разработчики военных технологий см. [8] вопрос необходимо исследовать разносторонне.

2. Возможность игрока изменять игровую ситуацию в соответствии с новыми задачами, условиями и собственным видением игры дает гораздо

более богатые возможности в определении своей роли в данном процессе и проецирования в игру различных аспектов психической деятельности. Как в таком случае изменяется само мировоззрение игрока в рамках существующей у него парадигмы восприятия мира?

Это лишь первые вопросы, требующие нашего внимательного изучения. Переходя, же к вопросу игровых функций мы можем также отметить ряд интересных задач, стоящих перед исследователем.

Во-первых, если функции собственно «игры» в психологии, педагогике и других науках хорошо известны, то вот вопросы функций «компьютерных игр» только поднимаются и не исследованы полноценно. Во-вторых, отталкиваясь от функций и назначения, следует выделить типовые аудитории и их особенности игроков. Этот вопрос в дальнейшем может изучаться с точки зрения различных наук. Психология, несомненно, заинтересуется сложностями изменения поведения игроков и их (взаимо-) влияния на игры. Педагогика сможет выработать более конкретные рекомендации по использованию игр с различными аудиториями, наконец сфера производства сможет точнее определять запросы своих игроков. Интерес к последнему вопросу усиливается многократно, так как в игровой промышленности задействованы огромные мощности и капиталы. Более того об этом интересе уже сейчас говорит то, что (зачастую после ряда провалов) крупнейшие издатели компьютерных игр все чаще стали обращаться к игровому сообществу, сам факт существования которого, несомненно, должен интересовать социологов. Впрочем, вопросы диалога «игрок–создатель игры», проявляющего себя в самых разнообразных сферах (косплей, околоигровая индустрия, тематические сообщества в интернет, многочисленные статьи журналистов и даже появление в большом количестве «игр в раннем доступе», говорят о необходимости отдельных будущих исследований по данному пункту.

Что касается непосредственно игровых функций, то тут существует множество подходов. Так автор Старых С.Н. выделяет такие функции игры[9]:

- Социокультурное назначение игры
- Функция самореализации человека в игре
- Коммуникативная функция игры
- Диагностическая функция игры
- Игротерапевтическая функция игры
- Функция коррекции в игре
- Развлекательная функция игры

Разберем некоторые из них более подробно и применительно к компьютерным играм.

Социокультурное назначение игры проявляется во включении игрока в некое сообщество и через него приобщение к культуре и игрокам других аналогичных сообществ в целом. Но если в «аналоговых» играх это сообщество относительно мало, то в компьютерных играх оно вырастает до межнациональных размеров. Благодаря системам обратной связи («внутри игровые чаты, тематические блоги и сообщества и даже системы голосовой связи») игра представляет платформу для коммуникации самых различных культур. Игрок владея минимальными знаниями в английском (как самом универсальном) языке, дополняя их функциями машинного перевода может свободно общаться с представителями других народов, при этом не выключаясь из процесса, собственно, игры. Координируя действия между собой, читая задания и «квесты», часто написанные в большом объеме и с высоким уровнем языковой сложности игрок принимает компоненты других культур. Высказывая же собственное мнение или отношение, и делая выбор в ветвлении заданий, игрок вносит частичку своей культуры в «общую игру». Именно поэтому игровое сообщество оказывается не только не

выключено из мировых процессов, но и напротив живо интересуется происходящим в области политики и экономики своей и других стран. Так игроков всего мира возмутило то, что разработчики игры Crusader Kings 3 решили по причинам политкорректности убрать из своей новой игры христианский лозунг «Deus Vult!». Возмущение игроков было связано в первую очередь с тем, что игра, позиционирующая себя как «историческая» не может позволить себе искажать элементы истории в угоду политкорректности [10]. Этот и многие другие факты говорят о том, что игры могут порождать интерес к истории и культуре других стран и времен.

Не стоит забывать и о том, что разработчики не только игр на историческую, но и фантастическую тематику часто включают в свои произведения элементы реальных исторических или существующих культур. Даже разработчик максимально оторванного от реальности фантастического мира не может уйти от необходимости «заимствования» элементов реальности. А ведь есть еще «пасхальные яйца», то есть отсылки к другим произведениям разных жанров, «исторические» игры и игры «по произведениям культуры». Поиск и нахождение подобных элементов стимулируют игроков всех возрастов и национальностей на углубленное изучение элементов культуры (литературы, истории, кино и пр.) разных стран, тем самым активно создавая новое мультикультурное сообщество.

Функция самореализации человека в игре также требует пристального внимания. Именно игры позволяют нам реализовать себя сразу во многих интересующих нас сферах. Только в игре каждый человек может на время стать космонавтом или строителем, мультимиллионером или нищим жителем любого, даже вымышленного мира. Особенно широкий простор для творчества тут дают именно игры компьютерные. Игры с низким «порогом вхождения», то есть простыми правилами, но при этом высоким уровнем

«погружения» представляют уникальные возможности стать кем-то совсем иным, реализоваться в недоступных в реальной жизни областях.

Особенно интересными с этой точки зрения являются «РПГ» - ролевые игры и «песочницы» - конструкторы, где игрок волен сам создавать мир в рамках заданных возможностей и ограничений. Уже только эта функция ставит многие компьютерные игры вровень с произведениями литературы (то же «погружение» в мир, возможность прожить жизнь героя), но и расширяет эти возможности. Например, игра Майнкрафт, представляющая собой «песочницу», где игрок может из кубиков с разными свойствами строить любые сооружения позволила игрокам создать действующий «компьютер» внутри самой игры. Особенно примечательно тут, что Майнкрафт не специализированная обучающая игра, а просто конструктор.

Функция коррекции в компьютерных играх тоже проявляется весьма разнообразно. Особенно важным на наш взгляд является то, что игра моделируя любые даже антисоциальные действия и предоставляя игроку любые возможности при этом всегда конечна. И тем самым не «смешивается» с реальным миром в здоровом сознании. Например миллионы людей играют в «шутеры» - игры в которых персонаж убивает противников, в т.ч. не только под управлением искусственного интеллекта и не всегда враждебных. Однако статистика не показывает сколь либо серьезного всплеска преступности и убийств в реальном мире, вызванным «перенесением» игровой концепции в реальность. Существуют отдельные случаи, связанные с психическими расстройствами. Но тут возникает вопрос «Если человек хочет убить другого человека, то можно ли винить в этом игру»? Ведь таким же триггером могла стать книга, прочитанная накануне или художественный фильм. Но именно игра дает возможность переосмыслить свое и чужое поведение, в буквальном смысле «стать на чужую» сторону и оценить действия людей.

Наконец, коммуникативная функция игр, особенно компьютерных представляет особый интерес. Игры дают не только возможность коммуникации, но и уникальную «платформу» для этого процесса. С технической точки зрения аналогов ей не существует. Компьютерные игры, интегрируют возможность общаться текстом и голосом в режиме реального времени. Пользоваться автоматическими встроенными словарями и системами машинного перевода. Уникальной возможностью компьютерных игр является, и возможность наглядно передавать эмоции и состояния. Причем не только в виде условных символов – смайликов, но и в виде движений персонажа или изменений его внешнего вида. Так, во многие ММОРПГ (игры, рассчитанные не только на «отыгрыш роли» персонажа, но и взаимодействие его с окружающими игроками) встроены такие «эмоции» персонажей как: «танец», «аплодисменты», «несогласие», «радость» и др. Все это позволяет совершенно разным (по полу, возрасту, образованию, культуре и прочим признакам) игрокам комфортно общаться и взаимодействовать друг с другом в рамках игрового мира. Но это лишь часть вопроса.

Другим важным элементом является то, что игры представляют еще и «среду» для коммуникации. Задания-«квесты», изменяющийся от действий игроков мир призывают игроков действовать сообща, активно общаясь. При этом во многих играх коммуникационная система быстро становится копией из реального мира, где информация имеет ценность, есть разные каналы ее передачи и различные акторы. Примером могут служить различные «ивенты» - новые игровые события, информация о принципах прохождения которых становится очень значимой в кругу игрового сообщества. Или же «игровые» аукционы, которые хоть и продают виртуальные вещи за виртуальную валюту, но подвержены тем же экономическим принципам, что и их «реальные» аналоги.

Итак, только функционал игр, в частности компьютерных, дает широкий простор для исследований в области разных наук. Спектр применяемых методов может быть очень широк и уникален для каждой сферы. Однако, исходя из поставленных выше вопросов представляется, что наиболее полные результаты может предложить только системный метод анализа. Кроме того он будет являться наиболее универсальным, поскольку выводы, полученные с его помощью могут быть применимы в различных областях науки. В первую очередь - психологии, культурологии, педагогике, журналистике и игровой промышленности. То есть тех сферах, где игры давно являются актуальным, но недостаточно пока еще исследованным феноменом.

Суть системного подхода состоит в рассмотрении объекта как системы: целостного комплекса взаимосвязанных элементов; совокупности взаимодействующих объектов; совокупности сущностей и отношений; а специфика системного подхода определяется тем, что он ориентирует исследование на раскрытие целостности объекта и обеспечивающих её механизмов, на выявление многообразных типов связей сложного объекта и сведение их в единую теоретическую картину, следует выявить элементы этой системы и механизмы ее взаимодействия. [11] Однако поскольку данный вопрос выходит за рамки данной статьи и требует отдельного исследования, ограничимся пока лишь констатацией данного факта.

Таким образом, актуальность и многогранность такого широкомасштабного явления как игры вообще и компьютерные игры в частности могут считаться доказанными. Выработка же элементов системного подхода к этому явлению, являющегося по мнению автора, наиболее перспективным будет являться предметом следующих статей.

Литература:

1. Хейзинга Й. Homo Ludens; Статьи по истории культуры. / Пер., сост. и вступ. ст. Д.В. Сильвестрова; Коммент. Д. Э. Харитоновича -М.: Прогресс - Традиция, 1997. - 416 с
2. Радио Свобода / В стрельбе, которая произошла в воинской части, "обвинили" компьютерные игры — Электрон. дан. — М.: 2019 — Режим доступа: <https://www.svoboda.org/a/30256025.html>, свободный. — Загл. с экрана.
3. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка Ушакова / Игра – М.: 2012.
4. Словарь постмодернизма / Игра- М.: 2012.
5. Новейший философский словарь / Игра – М.: 2012.
6. Большой энциклопедический словарь / Компьютерная игра – М.: 2000.
7. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Компьютерная игра — М.: Издательство ИКАР. Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. 2009.
8. Интернет-издание Meduza / Инженеры Google научили искусственный интеллект играть в Starcraft II. Теперь в мире осталось всего несколько человек, которые могут с ним соперничать — Электрон. дан. — М.: 2019 — Режим доступа: <https://meduza.io/feature/2019/10/31/inzhenery-google-nauchili-iskusstvennyy-inte-igrat-v-starcraft-ii-teper-v-mire-ostalos-vsego-neskolko-chelovek-kotorye-mogut-s-nim-sopernichat>, свободный. — Загл. с экрана.
9. Старых С.Н. Значение педагогической игры в учебном процессе младших школьников. МОУ СОШ №23 [Электронный ресурс] - Электрон. дан. — М.: 2019 — Режим доступа: <http://school23.tomsk.ru/files/workers/teachers/ssn/igra.docx>, свободный. — Загл. с экрана.

10. Игромания / Авторы Crusader Kings 3 хотели убрать клич Deus Vult — но игроки против — Электрон. дан. — М.: 2019 — Режим доступа: https://www.igromania.ru/news/87487/Avtory_Crusader_Kings_3_hoteli_ubrat_klich_Deus_Vult-no_igroki_protiv.html, свободный. — Загл. с экрана.
11. Философский энциклопедический словарь / Системный подход — М.: Советская энциклопедия. Гл. редакция: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. 1983.

УДК - 32.019.5

**ЭЛЕКТРОННОЕ УЧАСТИЕ ГРАЖДАН В ПРОЦЕССЕ СТАНОВЛЕНИЯ
«СЕРВИСНО» ОРИЕНТИРОВАННОГО ГОСУДАРСТВА. О РОЛИ
ГОСУДАРСТВЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

**ELECTRONIC PARTICIPATION OF CITIZENS IN THE FORMATION OF
A “SERVICE” ORIENTED STATE. ON THE ROLE OF STATE SOCIAL
NETWORKS**

Груднов Д.В.*

В данной статье рассматриваются технологии электронной партисипации акторов в деятельности электронного правительства. Актуальность статьи заключается в том, что использование электронных партисипативных технологий современного публичного управления с целью изучения общественного мнения и общественного выбора в процессе формирования «сервисной» ориентации деятельности органов власти, является новым и развивающимся направлением развития публичного управления и требует детальной научной проработки. Новизна исследования заключается в отсутствии научного материала связывающего «сервисную» государственную ориентацию и государственные социальные сети. Целью данного исследования является анализ действующих практик вовлечения акторов в деятельность электронного правительства с целью формирования «сервисной» государственной ориентации. Особое внимание акцентируется на деятельность государственных социальных сетей и их возможности. Автор приходит к выводу о необходимости использования механизмов гражданского участия в деятельности государственных социальных сетей в Российской Федерации, что в свою очередь аргументируется увеличением уровня доверия

* Груднов Дмитрий Владимирович – магистрант, Национальный исследовательский Томский государственный университет, г. Томск, пр. Ленина, 36. e-mail: grudnov.dmika@gmail.com
Grudnov Dmitriy Vladimirovich – magister, National Research Tomsk State University Tomsk, 36 Lenin Ave.

населения к органам власти, повышением информированности и культуры гражданского участия.

This article discusses the technologies of electronic participation of actors in the activities of e-government. The relevance of the article lies in the fact that the use of electronic participatory technologies of modern public administration in order to study public opinion and public choice in the process of forming a “service” orientation of the activities of government bodies is a new and developing direction in the development of public administration and requires detailed scientific study. The purpose of this study is to analyze current practices of involving actors in the activities of e-government in order to form a “service” state orientation. Particular attention is focused on the activities of state social networks and their capabilities. The author comes to the conclusion that it is necessary to use mechanisms of civic participation in the activities of state social networks in the Russian Federation, which in turn is justified by an increase in the level of public confidence in government, an increase in awareness and a culture of civic participation.

Ключевые слова: Управление, государственное управление, партисипативность, вовлечение акторов, сервисное государство, современное управление

Key words: Management, public administration, participativity, actor involvement, service state, modern management

DOI 10.37691/2619-0265-2020-0-1-48-59

Сегодня, Интернет стал одной из важных платформ, где акторы получают знания и делятся ими. В то же время популярность систем электронного правительства в различных областях администрирования возрастает и поэтому в научных исследованиях и правительственных кругах проявляется растущий интерес к оценке различных последствий электронного взаимодействия государства и граждан. Используя эту среду, можно выявить проблемы,

которые волнуют большинство людей, их мнение об определенных услугах, информацию о «точках информационного кипения» и т.д.

В постиндустриальной социальности, количество форумов, блогов и социальных сетей увеличивается с каждым днем. Не стоит на месте и электронное присутствие органов власти, которые наращивают своё влияние, благодаря увеличению предоставляемых электронным способом государственных и муниципальных услуг, а также нарастающему информационному присутствию государства и его представителей в сети. Используя данные источники информации, граждане могут высказывать свое мнение по определенным вопросам, принимать участие в принятии решений органами власти, а самое главное участвовать в формировании услуг предоставляемых государством, посредством теле-коммуникационных сетей и интернета. Электронное участие развивает такие преимущества электронного правительства, как высокое качество предоставляемых услуг и прозрачность государственного управления [17].

Электронное участие способствует формированию «сервисной» ориентации государства, благодаря непрекращающемуся диалогу между акторами и государственными структурами в сети и динамичным взаимодействием между информационными технологиями и социальными структурами [4].

С этой точки зрения информационные технологии имеют потенциал для преобразования, как общественных, так и государственных социальных и организационных структур, в то время как организационные и социальные структуры одновременно, могут повлиять на практику использования информационных технологий в сфере предоставления государственных и муниципальных услуг и электронного взаимодействия. Если информационные технологии не меняются, а социальные структуры динамично трансформируются и формируют общественные запросы новой социальности,

то создаётся состояние технологического кризиса и «сервисной» неудовлетворённости граждан, в таком случае акторы способны повлиять на технологическое развитие [5].

С другой стороны, в случае с динамично развивающимися информационными технологиями и застойными социальными структурами, создаётся ситуация, когда технологический прогресс может развивать новые виды общественных отношений и трансформировать существующие [8].

Если рассматривать данный процесс, с социально-технической точки зрения, реализация взаимодействия представляет собой непрерывный социальный процесс, а не одноразовую активность. Однако, влияние технологий не является непосредственным и прямым. ИТ-проекты нуждаются в социотехнической поддержке вдобавок к ИТ-инфраструктурам. Социальные отношения не могут быть легко изменены в соответствии с специфическими требованиям ИТ, так как социальные отношения сложны и должны быть предметом переговоров.

Хотя, электронное правительство не является теоретической конструкцией с общим определением, которое универсально используют ученые, его можно рассматривать, как: выбор, реализацию, дизайн и использование информационно-коммуникационных технологий в деятельности органов государственной и муниципальной власти для предоставления государственных услуг, повышения административной эффективности, поддержания демократических ценностей (посредством партисипативных практик) и участия средств массовой информации, а также совершенствования нормативно-правовой базы, которая реализуется в области проектов с интенсивным использованием информации и способствует развитию общества знаний [7].

Важнейшими платформами, развивающими электронное участие, являются платформы электронного правительства. Электронное правительство

характеризуется интеграцией электронной демократии, услуг и ресурсов. В свою очередь, ресурсы электронного правительства являются одними из основных каналов предоставления государственных услуг и взаимодействия между государством и гражданами в условиях современных трансформаций парадигм публичного управления. Данные порталы содержат множество доступных для акторов, ценных информационных ресурсов [13], предоставляемых государственными органами. Используя эти ресурсы, можно оперативно и своевременно определить основные вопросы интересующие общество и отдельных его представителей. Данными индикаторами могут служить: время пребывания (сессии) на странице услуги, информационного ресурса или органа власти; количество запросов предоставляемой услуги или информационного повода; комментарии к конкретной услуге; общественное обсуждение; увеличение соотношения пользователей воспользовавшихся обратной связью с органом власти, к общему количеству пользователей пользующихся услугой.

Необходимо учитывать то, что государства активно трансформировали структуры, по которым они предоставляли публичные услуги своим гражданам, произошло это по ряду объективных и субъективных причин, которые активно рассматриваются в истории государственного управления. Страны перешли от аппаратных к организационным технологиям, от внутренних систем до услуг, предоставляемых через Интернет, от ноутбуков и компьютеров в правительственном учреждении до сложных информационных систем, которые требуют обмена данными и пересечения институциональных границ.

В данном контексте, в постиндустриальной социальности, особое значение приобретает информация и буквально всё, что тем или иным способом связано с ней. Так называемая «hotspot information» или «точка информационного кипения» способна мобилизовать большое количество людей вокруг того или иного информационного повода, благодаря развитым

связям электронного участия в разы увеличивается количество акторов, которые могут принять участие в обсуждении и принятии решения. Следует отметить, что «точкой информационного кипения» может быть не только информация, как таковая, но и определенные события: форумы, города, болезни, бизнес и так далее, совершенно любой информационный повод. С помощью «точки информационного кипения» можно определить наиболее распространенные случаи определенных событий и общественный интерес к той или иной проблеме в целом.

Информация обнаруженная благодаря «точкам информационного кипения» имеет ряд преимуществ, как для акторов, принимающих участие в электронной партисипации, так и для органов государственной или муниципальной власти предоставляющих публичные услуги, к ним можно отнести:

- Помощь актору в принятии верного решения относительно определенных товаров и услуг в любой период времени;
- Изучение направлений общественного интереса и изучение общественного мнения относительно того или иного события, личности, проблемы и т.д. [16];
- Дальнейшее руководство выявленными аспектами общественного интереса, выстраивание государственной политики согласно интересам граждан;
- Руководство органами государственной и муниципальной власти в соответствии с целями и ожиданиями граждан;
- Возможность оперативного государственного вмешательства в заведомо манипулятивные информационные поводы.

В настоящее время существует ряд проблем, связанных с обнаружением информации о «точках информационного кипения». По мере увеличения количества веб-страниц становится сложно их кластеризовать. Это требует

расширенных исследований и является новой перспективой в государственном управлении. Информационные процессы, в том числе автоматизация, оказывают в последние несколько лет важное влияние на переход от «классического» управления к «умному» управлению [14].

Поэтому, если оставить технические возможности будущего, которые связаны с развитием «больших данных», «умного анализа» и «умного управления» в стороне, то важно изучить существующие на данный момент возможности исследования общественного выбора с целью построения «сервисно» ориентированной государственной политики предоставления электронных публичных услуг.

Сложности, возникающие на разных этапах внедрения и эксплуатации систем электронного правительства, делают данные системы электронного участия склонными к сбою и требуют, чтобы ими управляли как процессом обучения и адаптации, а не как статичным технологическим продуктом [15].

Органы власти адаптируются под динамичные социетальные трансформации и развивают новые подходы к управлению электронным правительством и электронным присутствием государства. Одним из динамично развивающихся видов подобной государственной политики является развитие государственных социальных сетей [9].

Социальные медиа, которые являются частью «Концепции Web 2.0» - последний шаг к использованию интернета или публичных услуг с поддержкой информационно коммуникационных технологий со стороны правительства. Многие правительства по всему миру создали и развивают своё присутствие в социальных сетях для продвижения интерактивных сетей и взаимодействия с общественностью. Социальные сети дают возможность правительствам быть более доступными, отзывчивыми и эффективными, чем раньше и в то же время общественность получает возможность, выразить свои взгляды по отношению к органам власти, отдельным политикам (служащим) либо к качеству публичных

услуг [12]. Существуют исследования, доказывающие взаимосвязь использования социальных сетей государством, с повышенным доверием граждан к органам власти [6].

Точно так же качество информации упоминается некоторыми исследователями, как один из основных факторов доверия и участия акторов в деятельности социальных сетей электронного правительства [1].

Во всём многообразии государственных социальных сетей, существует огромное количество разнообразной, разнонаправленной информации и следовательно, для повышения доверия акторов к данным платформам, очень важно наличие надежной, актуальной и своевременной информации.

Простота восприятия и польза, также выделяются, как факторы обеспечивающие непринуждённость граждан во время использования той или иной системы либо технологии, данные факторы прямо коррелируют с доверием к сервисам электронного правительства [2].

Доверие важный фактор для участия населения не только в деятельности электронного правительства через социальные сети, но и при проведении общественных обсуждений в онлайн плоскости, благодаря большому количеству раскрываемой информации и её доступности [3].

Как правило, сетевые общественные обсуждения, являются составной частью той или иной платформы государственных сетей и служат дополнительным, сопровождающим партисипативным механизмом, часто обсуждения зарождаются благодаря возможности оставления пользователями комментариев. Исследования последних лет говорят о пяти возможных действиях на подобных платформах: предложение идеи, получение идеи, развитие идеи, формирование идеи и реализация идеи [11].

Данное исследование также выделило одиннадцать различных ролей, выполняемых участниками на протяжении всего процесса формирования и реализации идеи: инициирование, поддержка, несогласие, разъяснение,

информирование, обсуждение, комментирование, привлечение, формулировка, мобилизация и реализация [11].

Пожалуй, к немногочисленным негативным сторонам использования данной партисипативной технологии, можно отнести: отсутствие анонимности и немногочисленность участников [10].

Если, первый фактор довольно легко заменить с технической точки зрения при наличии необходимых для этого предпосылок, то немногочисленность участников общественных обсуждений и принятие мнения меньшинства, является довольно сложной проблемой и требует постепенного развития данной партисипативной технологии в том числе благодаря повышению осведомлённости, доверия и удовлетворённости акторов по отношению к публичным услугам и деятельности электронного правительства.

Изучая обратную связь органов власти с акторами, важно понимать, что всё обсуждение с первого до последнего комментария актора или представителя власти, сохраняется в сети и представляет собой материал для анализа государственными служащими и выстраивания «сервисной» ориентации органа, представляющего публичную услугу.

Как правило, в Российской Федерации часто игнорируется необходимость государственной «сервисной» ориентации. Аргументировав необходимость введений такой практики и описав возможности партисипативного участия акторов в государственных социальных сетях, важно заметить, что как правило эффективные зарубежные практики, часто не находят поддержки в Российских реалиях, что вызвано уникальной Российской институциональностью и Федеративным государственным устройством. По этой причине, было бы целесообразно трансформировать существующие технологии исходя из Российских реалий и потребностей акторов.

В США действует Управление по электронному правительству и информационным технологиям, это довольно эффективное и передовое

подразделение, целью формирования которого было создание и развитие электронного правительства. По своей институциональности и государственному устройству США и РФ имеют общие черты, главной из которых является сильная Федеральная власть, которая с лёгкостью может воздействовать на нижестоящие властные структуры и внедрять передовые практики. По нашему мнению, было бы целесообразно создать на базе Федеральных органов власти подобное подразделение, которое сможет руководить всей государственной электронной политикой и иметь рычаги влияния на нижестоящие структуры.

Государственные социальные сети являются динамично развивающимся направлением совершенствования современного публичного управления и имеют сильную «сервисную» ориентацию, по причине множества возможностей прямого вовлечения граждан в процесс принятия решения. Развитие социальных медиа и партисипативных практик в частности, на территории РФ, может привести к увеличению уровня доверия населения к органам власти, повысить информированность и культуру гражданского участия [18], а перенос общественных обсуждений в онлайн плоскость, способен повысить количество участников обсуждений и снизить государственные организационные издержки.

Литература

1. Abu-Shanab E. Antecedents of trust in e-government services: An empirical test in Jordan. *Transforming Government: People/Process and Policy*. – 2014. – №4. – P. 480-499. <https://doi.org/10.1108/TG-08-2013-0027>
2. Ayyash MM., Ahmad K., Singh D. Investigating the effect of information systems factors on trust in E-government initiative adoption in Palestinian public sector//*Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*. –2013. –№15. – P. 3865-3875.

3. Balla S. Consultation the "New Normal?": Online Policymaking and Governance Reform in China // *Journal of Chinese Political Science*. –2017. –№3. – P. 375-392.
4. Cordella, A., Iannacci, F. Information systems in the public sector: The e-government enactment framework//*The Journal of Strategic Information Systems*. – 2010. –№1. –P. 52–66. doi:10.1016/j.jsis.2010.01.001.
5. DeSanctis G., Poole M. Capturing the complexity in advanced technology use: adaptive structuration theory//*Organization Science*. –1994. –№2. – P. 121–147. doi:10.1287/orsc.5.2.121.
6. Franks P., Driskill M. Building trust in government through social media: An inter PARES trust research project. In the European Conference on Social Media, –2014, University of Brighton, Brighton, –UK: 744-747.
7. Gil-García J. R., Luna-Reyes L. Una breve introducción al gobierno electrónico: Definición, aplicaciones y etapas//*Revista de Administración Pública*. – 2010. –№2. – P. 49–72.
8. Hunter S. Same technology, different outcome? Reinterpreting Barley's technology as an occasion for structuring// *European Journal of Information Systems*. –2010. –№19. –P.689–703. doi:10.1057/ejis.2010.33.
9. Khan S., Rahim N., Maarop N. A systematic literature review and a proposed model on antecedents of trust to use social media for e-government services // *International Journal of Advanced and Applied Sciences*. –2020. –№2. –P. 44-56.
10. Liu H. Exploring Online Engagement in Public Policy Consultation: The Crowd or the Few? // *Australian journal of public administration*. –2017. –№1. –P. 33-47.
11. No W., Mook L., Schugurensky D. Ideation in an online participatory platform: Towards a conceptual framework // *Information Polity*. –2017. –№2. –P. 101-116.

12. Park MJ., Choi H., Kim SK., Rho JJ. Trust in government's social media service and citizen's patronage behavior//Telematics and Informatics. –2015. –№4. – P. 629-641. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.02.006>
13. Paul S., Das S. Accessibility and usability analysis of Indian e-government websites // Univ Access Inf Soc. –2019. <https://doi.org/10.1007/s10209-019-00704-8>
14. Roblek V., Bach M., Mesko M., Bertonecel, T. Best Practices of the Social Innovations in the Framework of the E-Government Evolution//Amfiteatru Economic. –2020. –№53. – P. 275-302.
15. Toots M. Why E-participation systems fail: The case of Estonia's Osale.ee// Government Information Quarterly. –2019. –№3. –P. 546-559.
16. Wang G. Research on Hotspot Discovery in Internet Public Opinions Based on Improved K-Means // Computational Intelligence and Neuroscience. – 2013. –№1. – P. 1-6.
17. Zheng Y., Schachter H. Explaining Citizens' E-Participation Use: the Role of Perceived Advantages// Public Organization Review. –2017. –№3. –P. 409-428.
18. Туманян Г.В. Современные партисипативные технологии принятия решений в законодательных и представительных органах власти // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. –2019. –№5А. –С. 28-35.

УДК 326.2

**ИДЕНТИЧНОСТЬ МЕСТА:
МАЛАЯ РОДИНА, РУССКИЙ МИР, ГЕОБРЕНД**

**THE IDENTITY OF THE PLACE:
SMALL MOTHERLAND, «RUSSIAN WORLD», GEOBRAND**

Дзякович Е.В.,^{*}
Калмыков А.А.^{**}

Данная статья посвящена анализу роли и места культурных понятий «малая родина», «русский мир», «геобренд» в становлении территориальной идентичности. Значительный интерес для исследования представляют территории, где местная самоидентификация находится на достаточно высоком уровне. В этих случаях она имеет достаточно прочные культурно-исторические традиции.

This article is devoted to the analysis of a role and a place of the cultural concepts «small motherland, Russian world, geobrand» in a territorial identity formation. Considerable interest for the research is represented by the territories where local self-identification is at a high level. In these cases it has strong cultural-historical traditions.

Ключевые слова и словосочетания: Геобренд, малая родина, «Русский мир», локальная идентичность, культурно-историческая память, самоидентификация населения.

^{*} Дзякович Елена Владимировна, д. культурологии, профессор кафедры теории и практики общественных связей Российского государственного гуманитарного университета, профессор кафедры журналистики и связей с общественностью, Московского гуманитарно-экономического университета, e-mail: dzelen@mail.ru
Dzyakovich E., doctor of cultural studies, Professor of Department of theory and practice of public relations, Professor of Department of journalism and public relations, Russian state University for the Humanities, Moscow, Russia, The Moscow University of Economics and Humanities, Moscow, Russia, e-mail: dzelen@mail.ru

^{**} Калмыков Александр Альбертович, к.п.н., д.ф.н., профессор кафедры теории и практики общественных связей Российского государственного гуманитарного университета, e-mail: alex.kalmykov@gmail.com
Kalmykov A.A., PhD of pedagogical sciences, doctor of Philology, Professor of Department of theory and practice of public relations, The Moscow University of Economics and Humanities, Moscow, Russia, e-mail: alex.kalmykov@gmail.com

Key words: *Geobrand, small motherland, «Russian world», local identity, cultural-historical memory, population self-identification.*

DOI 10.37691/2619-0265-2020-0-1-60-80

По этому случаю приветствуем и обнимаем Вас все
мы — бархатные черные-черные сосны,
что качаются важно возле Гефсиманского скита,
и атласные, детские тельца березок,
и подернутые серебряною тканью ледяных кристаллов
гроздь коралловой рябины; посылают частицу
радости искрящиеся пелены и кружевные пологи деревьев;
Вифлеемская звезда вынимает из волос своих влажный свет,
— но он испарится, прежде чем дойдет до Вас.
Из письма П.А.Флоренского В. Ф. Эрну.
Сергиев Посад, 25 декабря 1904 г.¹

Бренд территории, или геобренд, нужен для того, чтобы позиционировать географический объект на многовекторном пространстве рынка. Так, по крайней мере традиционно, трактуется понятие «геобренд» на маркетинговом языке. Однако этим фокус внимания отворачивается от антропоного, социального и, шире, культурологического измерения, которое в своей коммуникативной форме включает в себя все смыслы геобренда. Более того, именно в геобренде наиболее полно происходит отделение узко маркетингового его понимания как торговой марки от коммуникативного, согласно которому это идентификатор (образ) места, формируемый в коллективном сознательном и бессознательном.

Образ места существует в актуальной информационно-коммуникативной среде (глобальном информационно-коммуникативном пространстве), от качества которой зависит его «остойчивость и плавучесть», т.е. способность возвращаться в положение равновесия,

¹ Взыскующие Града. Хроника русских литературных, религиозно-философских и общественно-политических движений в частных письмах и дневниках их участников, 1829–1923 гг. Антология / Составитель В. И. Кейдан. Изд. 2, испр. и доп. Книга вторая: 1901–1904. М.: Модест Колеров, 2019. С. 575

нарушаемое внешними силами не прерывая движения заданным курсом в поле медиа. Здесь мы сталкиваемся с проблемой соотношения качества коммуникативной среды и качества жизни, для обеспечения которого необходимы изменения структуры сознания и мышления в направлении достижения соответствия усложняющемуся миру с учетом фактора медиа.

Упрощенно, к фактору медиа можно отнести традиционные средства массовой информации, глобальные телекоммуникационные средства (сеть) и сумму технологий работы с массовой аудиторией: политические технологии, PR, реклама и другие. Все это вместе составляет глобальную систему массовых коммуникаций (СМК), частью которой является система локальных коммуникативных сред, центрированных рассматриваемым геобрендом, своего рода социо-коммуникативная мегамашина, включающая в себя подсистемы множественных социально-коммуникативных практик. Этим геобренд противостоит информационной глобализации, нивелирующей суперпозицию личностных, национальных, конфессиональных и т.п. идентичностей.

Геобренд по своей сущности формирует *региональную медиаидентичность*², под которой будем подразумевать адекватность языка медиа, а также стиля, содержания, контента и формата – историческим и социокультурным особенностям места, т.е. «земли», где это медиа прописано. Поселковые, городские, областные и т.п. СМИ должны обладать «лица не общим выражением», только в этом случае они останутся актуальными как на локальном, так и на глобальном уровне, т.е. глобально.

Медиаидентичность складывается из множества факторов.

Первый, самый очевидный – это контент, связанный с местной событийностью и самобытностью. Здесь актуальные проблемы повседневной

² Калмыков А.А. Региональная медиаидентичность в условиях информационной глобализации. СМИ в эпоху глобализации. / Материалы научно-практической конференции. Москва, 3 апреля 2012 года. Научное издание. М.: Академия медиаиндустрии. 2012. С.136-153.

жизни, административные решения, неустройства и, напротив, достижения, люди и их дела, исторический, краеведческий слой.

Второй – это формат, или язык и стиль. Собственный язык и стиль удастся создать далеко не всем федеральным изданиям. Далеко не все писатели и тем более журналисты узнаваемы, несмотря на то, что язык и стиль строго индивидуален.

Третий фактор – дизайн. Он, кстати, со временем становится все более значимым. Дизайн должен содержать в себе в свернутой форме все то, что обозначено предыдущими факторами и одновременно соответствовать эстетическим нормам современности.

Речь здесь, по большому счету, идет об актуализации понятия «малая Родина» медиа-средствами. Прояснить, что это значит, может помочь виртуалистика Н.А. Носова. Профессор Носов утверждает, что «Человек, в силу своего виртуального возникновения, содержит в себе "предыдущие" по процессу акта творения, генетически заложенные, реальности: от непосредственно земляных (прах земной) до первосозданных (безвидности и пустотности земли). И в этом смысле человек является микрокосмом, подобным макрокосму – в нем претворены виртуально все сотворенные реальности. Для человека в его виртуальной ипостаси весь мир является родным, Родиной, что хорошо демонстрируется понятием "земляк". Земляки – это люди, у которых одна родина, находящиеся вне нее. Земляки – это люди из одного города, находящиеся в другом городе, и т.д.»³ Следовательно, человек в любой момент своей жизни одновременно является сыном всех родин – от города до страны – хотя тот или иной уровень становится актуальным, то есть виртуализируется через множественную территориальную идентичность. «Человек любит освоенное им пространство, так как его родина репрезентирует собой мироздание как творение, и человек

³ Носов И.А. Виртуальная психология. - М.: •Аграф•, 2000. - 432 с. С. 51.

вместе с местом своего рождения и через него, вместе со всем мирозданием, образуют единство, целостность и полноту. Человек рождается в центре мира, в реальности виртуального пространства–времени, все точки которого являются центральными».

Геобренд в оптике виртуалистики должен возвращать центральность брендируемой территории как для приезжающих гостей, так и для местных жителей.

Императив возвращения центральности снимает противоречивую раздвоенность геобренда, объединяя символически землю и Космос. В актуальном качестве бренда российской территории, независимо от размера ее границ, – это малая Родина т.е. собственно географическая точка и русский Мир, взятые во времени настоящего, прошлого и будущего. Малая Родина презентуется через Русский Мир, а принадлежность к Русскому Миру невозможно осознать вне идентичности с малой Родиной.

Геобренд масштабируется размерностью границ географического объекта и объемом культурного присутствия во времени, т.е. метрикой хронотопа. Хронотопная природа геобренда (спайка пространства и времени), очевидно, должна быть учтена при его конструировании.

В то время, как концепт малой Родины широко представлен в русской литературе и стал вполне традиционным, термин «Русский мир» не так давно был вброшен в социально-политический дискурс (2006 г., Путин)⁴, поэтому о нем следует сказать несколько подробнее. Разработке этого понятия была посвящена часть научной программы «особенности российской культуры и менталитета как фактор социально-экономического развития страны»,⁵ в которой «русский мир» рассматривался как глобальный цивилизационный

⁴ Русский мир может и должен объединить всех, кому дорого русское слово и русская культура, где бы они ни жили, в России или за её пределами. Почаще употребляйте это словосочетание — «русский мир». (В.В. Путин. Литературная газета. URL: http://old.lgz.ru/archives/html_arch/lg492006/Polosy/1_1.htm)

⁵ Калмыков А.А. Гиренок Ф.А. Россия: торная дорога в 21 век. // Бюллетень научной программы «особенности российской культуры и менталитета как фактор социально-экономического развития страны» № 1 2007 г. / М. 2007 С.5-25

феномен охватывающий более 300 миллионов человек, говорящих по-русски, причастных к русской культуре, как в России, так и за рубежом. Следует отметить, что русская зарубежная диаспора в начале XXI века заняла по численности второе место в мире после китайской⁶. Ясно, что гуманитарный потенциал «русского мира» достаточен для упрочнения этнокультурной самобытности российского суперэтноса и сохранения российского геополитического и культурного пространства⁷.

Идея русского Мира не может существовать без собственно русской идеи, которая, несмотря на бесконечные бессмысленные и безуспешные попытки ее найти, конечно же, существует в толще народного самосознания. Ее не надо придумывать, разрабатывать, конструировать – а нужно заглянуть в себя и прочитать ее в глубине души, то есть интроспективно и рефлексивно. Ясно, что обретение идентичности на любом уровне (как локальном, так и глобальном) невозможно без понимания сути русской идеи. Русская идея, как совокупность образов, суждений о предназначении, высшем смысле существования русских, присутствует еще в древнейших памятниках русской словесности «Начиная с первых ответов на вопрос «откуда есть пошла русская земля» и далее, через летописи, послания, панегирики, жития, легенды, через теорию «Москвы-Третьего Рима», через споры об исключительности русского царства и самого православия <...> - хорошо различимы усилия постичь не столько саму эмпирическую ткань истории, сколько преобразующую ее провиденциальную, Богом задуманную умопостигаемую идею, задачу, судьбу, миссию»⁸.

Русская идея есть плод рефлексии силы. Реализуется, она также в метрике хронотопа, во всевременности объединяющих пространств,

⁶ Пивовар Е. И. Русский язык и русский мир как факторы социокультурного диалога на постсоветском пространстве. URL: http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2010_Sbornik/ Tom_1_2010/000_Plenarnoe_zasedanie/ 056_E.I.Pivovar.pdf

⁷ Батанова О. Н. Русский мир как реальность и глобальный проект // Право и политика. — 2008. — № 12.

⁸ Кириллов И. «Третий Рим. Очерк исторического развития идеи русского мессианизма». М., 1914 г., с.13

физических, вещественных, коммуникативных, культуры, символических и т.п.

Если попытаться выделить основную мысль из различных классических трактовок и формулировок русской идеи, то точнее всего ее выразить словами Бердяева: «Меня будет интересовать не столько вопрос о том, чем эмпирически была Россия, сколько вопрос о том, что замыслил Творец о России, умопостигаемый образ русского народа, его идеи».⁹

В частности, известен феномен культурно-исторической памяти, включающий коллективную память семьи, религиозную коллективную память, локализации памяти и ее отражении в речи¹⁰, особенно концентрированного проявляющийся в провинции. Что, следовательно, может стать отправной точкой формирования геобренда.

Понятие культурно-исторической памяти, безусловно, перекликается с понятиями архетипа, символа, коллективного бессознательного в классическом понимании, восходящем к традиции К.-Г. Юнга¹¹. «Изначальные образы – это наиболее древние и наиболее всеобщие формы представления человечества. Они в равной мере представляют собой как чувство, так и мысль»¹², - мысль, высказанная применительно к отдельным индивидам, в полной мере может быть спроецирована и на личность «коллективную», или на «коллективное бессознательное»¹³.

Причем, важным конструирующим моментом для любой групповой (в том числе и территориальной) идентичности является наличие символов, адекватно интерпретируемых лишь в рамках данного локуса. Следовательно, по мнению К.-Г. Юнга, «символическим является такое слово или образ,

⁹ Бердяев Н.А. Русская идея // О России и русской философской культуре. М., Наука. 1990, с.23

¹⁰ См.: Хальбвакс, М. Социальные рамки памяти / М. Хальбвакс. – М.: Новое издательство, 2007.

¹¹ См.: Юнг, К.Г. Психология бессознательного. – М.: Канон, 1994; Его же. Человек и его символы / К.Г. Юнг. – М.: Серебряные нити, Университетская книга, АСТ, 1997.

¹² Юнг, К.Г. Психология бессознательного / К.Г. Юнг. – М.: Канон, 1994. – С. 106.

¹³ Там же. –С. 105.

значение которого выходит за рамки прямого и не поддается точному определению или объяснению»¹⁴.

Каждый отдельный символ в условиях провинциального российского континуума легче становится узнаваемым достаточно широкой аудитории местного населения, принадлежащего к различным социальным стратам. Неповторимый набор тех или иных символов, их уникальное сочетание способствуют формированию локальной идентичности на территории той или иной местности. Отсутствие же подобного рода специфических местных (как правило, кроссрегиональных) символов приводит к тому, что локальная идентичность как отдельное социокультурное образование не выделяется, а самоощущение жителей совпадает с «официальным» формализованным представлении о регионе как о ментально целостном пространстве. Что приводит к размыванию понятий «малая Родина» и «русский Мир», и, как следствие, нивелирование русской идеи. Без которой обесмысливается стремление достичь местной идентичности.

Потому что, русская идея – в данном контексте – это идея прежде всего религиозная. Она включает промысел, предназначение, который, тем не менее, открыт для умопостижения, добавляя в хронотоп еще одно временное измерение. Предметом и содержанием идеи является умопостигаемый образ русского народа и рефлексивно, его идеи. Русскую идею невозможно сконструировать или назначить какую-либо идею в качестве русской.

Русская идея - это мысль о России, мысль, понимающая ее дарования.

Главное дарование, согласно традиции русской идеи - несение в себе церкви под охраной Царства, то есть главным правом и обязанностью России является сохранение духовно-нравственной основы народности, условием чего является сильное государство. Отметим здесь служебную функцию

¹⁴ Юнг, К.Г. Человек и его символы / К.Г. Юнг. – М.: Серебряные нити, Университетская книга, АСТ, 1997. – С. 15.

государства и прямую зависимость степени его сакральности (легитимности) от выполнения им своей функции. В России русский видит ее образ. Русский, стало быть, это такой человек, который способен видеть образ России, читать в ней самой ее идею.

Отношение русских к России носит системный характер, и по свойству системности не качества русских, сложенные вместе, детерминируют качества России, напротив – качества России определяют качество русских, всех вместе и каждого в отдельности. Откуда следует, что ее состояние немедленно отражается в индивидуальной психологии и состоянии русского.

Русские – это «имперский народ», т.е. народ, который берет на себя ответственность за существование и развитие «империи Россия». Это предполагает в идеале так называемое симфоничность политического устройства. Действительно, симфония оставалась основным вектором-ориентиром политики Российского государства, которое по определению митрополита Филарета (Дроздова), есть «союз свободных нравственных существ, соединившихся между собою, жертвующих частью своей свободы для охраны и утверждения общими силами Закона Нравственности, который составляет необходимость их бытия».

Для реализации сверхзадачи удержания духовно-нравственной основы народности под охраной государственной власти, а в этом и заключается симфоничность, русским было предоставлено три важнейших ресурса.

Первый – имперское сознание, наследованное от Византии и Рима.

Второй – Земля, не территория и не почва, а данное в наследство духовное пространство.

Третий – русский Космос, который, по сути, является нравственным законом внутри и звездным небом над головой.

Первая особенность менталитета русских – имперское мышление. Это способность строить многонациональное, идейно ориентированное

государство или способность строить многонациональное государственное образование под руководством единой и сверхважной идеи. Россия гибнет, как только она теряет свою идею.

Чтобы вобрать это в себя, и одновременно образовать себя в России и Россию в себе¹⁵, рационального ума не достаточно. Нужен какой-то другой способ мышления. Он, по нашему мнению, включает в себя: метафоричность народных идиом и смыслов; русский язык, и все тематизации этого языка; культурно-символические содержания, восходящие к православной вере; русское философствование как рационализация и вербализация крестьянского сознания. Крестьянское сознание, органически присущее каждому русскому, как раз и позволяет воспользоваться вторым ресурсом - Землей, являющейся обетованной, то есть полученной в наследство от Творца частью духовного организма России.

В отношении к Земле проявляется особый личностный тип русского хозяйствования. Крестьянский способ мировоззрения софийен, а не рационален. В этом ключ к пониманию типа хозяйствования, который вырабатывался в России.

Другой аспект софийного отношения к Земле, то есть *геософии* - софийность пространственной ориентации, различия «Восток – Запад», «Правое – Левое», «Север – Юг», а также такие специфические для России понятия как «Материк», «Камчатка», «Москва – порт семи морей», «От моря до моря», «Между двух океанов» и т.д. Характерно также понятие «Ближнее зарубежье», в котором статус «зарубежности» явно снижен. Смысл всех этих пространственных якорей архипичен и практически не требует трактовки. Русским человеком они воспринимаются адекватно. Ось «Восток – Запад» означает деление мира на Святую Русь и все, что к ней не относится. Напротив, ось «Север – Юг» - это поперечный размер России от северного до

¹⁵ Поскольку межличностное общение предполагает взаимное личностное проникновение друг в друга.

южного моря. Правое означает буквально «правильное», то, что правит, и правду, левое – это нечестное, хитрое, неустойчивое.

Софийное отношение к земле подразумевает софийные отношения к тому, что покрывает землю – к русскому небу, к Космосу. Космос здесь не физическое понятие, а мир Божий, созданный и утвержденный Творцом порядок мироздания, преданный человекам для умопостижения. Русское мировоззрение космично, восходя от Земли, оно направляет свой взор вверх в Космос, в поисках высшего порядка, выстраивая себя по его законам. Это, кстати, вполне соответствует пониманию человека как священника, связывающего собой тварное и нетварное, дольнее и горнее¹⁶. Отнюдь не случайно именно в России возникло и утвердилось философское направление космизма, которое так и называлось: «русский космизм». Как писал основатель гелиобиологии и космобиологии последователь Н.Ф. Федорова, К.Э. Циолковского и В.И. Вернадского Александр Чижевский: «Медленными, но верными шагами наука подходит к разоблачению основных источников жизни, скрывающихся в отдаленнейших недрах Вселенной. И перед нашими изумленными взорами разворачивается картина великолепного здания мира, отдельные части которого связаны друг с другом крепчайшими узами родства, о котором смутно грезили великие философы древности».

Событию выхода человека в Космос предшествовало: 1) органическая космичность (*космософия*) русского сознания; 2) теоретико-методологическая работа по концептуализации и технологизации космософии; 3) мессианская имперская идея, позволившая сформулировать сверхзадачу; 4) софийность отношения к земле и труду, позволившая мобилизовать ресурсы для осуществления прорыва.

¹⁶ Эта идея о предназначении человека, как существа признанного одухотворять тварное, через связь с нетварным, лучше всего выражена в известной антропологии: «Ангел земной – тварь небесная», и широко разрабатывалась в русской религиозной философии, особенно у Владимира Соловьева.

Следовательно, геобренд любой российской территории содержит в себе подспудно идею имперской государственности России, образ земли (Родины), императив космической упорядоченности. Этим же атрибутируется связанный с геобрендом хронотоп, дополненный коллективной культурно-исторической памятью.

Любая попытка «внешнего» формирования геобренде должна начинаться с углубленного прояснения структуры связанных с географическим местом смыслов, поскольку без серьезной символической составляющей любая локальная идентичность оказывается лишенной корней. Она не может органично вписаться в социокультурный контекст современной российской провинции, не дает основы для когнитивного комфорта коренного населения. В то же время с помощью медиа возможно достаточно долго поддерживать идентификационные настроения как во внутренней среде (у самих жителей той или иной местности), так и во внешней среде (у жителей любой другой местности). Но в последнем случае мы не будем иметь основание говорить о диалогическом подходе к коммуникации и управлению. Этот подход будет, скорее, директивным, не предполагающим установления обратной связи, а, следовательно, не предполагающим и установление коммуникации «на равных».

По мнению Я. Ассмана, «культурному воспоминанию присуще нечто сакральное. Фигуры воспоминания имеют религиозный смысл, и воскрешение их в памяти часто происходит в форме праздника. Праздник служит – кроме многих других функций – также воскрешению в памяти обосновывающего прошлого. Обоснование через обращение к прошлому не что иное, как идентичность вспоминающей группы»¹⁷. Возможно, именно поэтому праздник (далеко не всегда содержащий в себе религиозный смысл)

¹⁷ Ассман, Я. Культурная память. Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / Я. Ассман. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – С. 55.

становится важным конструирующим инструментом в социокультурном пространстве локальных идентичностей. Это относится как к неким «традиционным» праздникам (например, Дни Города), так и к «единичным», подчеркивающим местную отличительную специфику (например, ежегодный Арбузный Карнавал в г. Камышине). Причем, местный (но отнюдь не местечковый в негативном понимании термина) колорит непременно присутствует и в «традиционных» праздниках. Так, в частности, даже Дни Города бывают традиционно приурочены к определенному времени года – тому, которое позволяет представить имидж города в наиболее выигрышном свете: ср.: начало лета в Сибири и во многих городах средней полосы; начало осени в более южных регионах. Такое сезонное распределение в целом соответствует пространственному градиенту «Север – Юг»¹⁸.

Однако если рассматривать проблему на более обобщенном уровне, мы неизбежно столкнемся с понятием культурных универсалий¹⁹. Такие универсалии, по мнению П. Штомпки, являются, с одной стороны, выражением неких универсальных потребностей человека; с другой стороны, могут появляться в процессе культурного обмена, «проникновения или распространения отдельных культур в более широких ареалах»²⁰. На первый взгляд, может показаться, что понятие культурных универсалий противоречит представлению о локальной идентичности в региональном или кроссрегиональном социокультурном пространстве. Но на самом деле уникальное сочетание тех или иных универсалий, их комплексное взаимодействие в рамках единого ментального континуума является предпосылкой для формирования местной идентичности. Диагностика же и прогнозирование изменений и конфигураций подобного рода универсалий дает основу для социального проектирования социокультурной среды.

¹⁸ Крылов, М.П. Указ. соч. – С. 7.

¹⁹ См.: Штомпка, П. Указ. соч. – С. 255.

²⁰ Там же. – С. 255.

Следовательно, для эффективного социального проектирования необходимо тщательное изучение ментальных традиций той или иной местности. Как отмечает П. Штомпка, «Культура не создается мгновенно, она является своего рода накоплением, итоговым продуктом человеческой активности длительное время. Она передается из поколения в поколение, сохраняя значительную преемственность и постоянство. Образцы деятельности, способы мышления, типичные объекты и средства, с которыми мы имеем дело в нашей повседневной практике, не придуманы нами самими. Самое большое, что нам иногда удастся, это несколько модифицировать их, однако в значительной мере мы получаем их в готовом виде из прошлого. Это накопленное культурное достояние иначе называется традицией»²¹.

В данной трактовке понятие традиции представляется близким к значительно более широкому понятию культурогенеза, который, по мнению А.Я. Флиера, представляет собой не «единократное происхождение культуры где-то в глубокой древности, а совокупность постоянно протекающих процессов в культурах всех времен и всех народов. Это один из типов социальной и исторической динамики существования и изменчивости культуры, заключающийся в непрерывном порождении новых культурных феноменов наряду с наследованием и трансформацией прежних»²².

При этом на уровне бытового сознания неизбежно возникают элементы сравнения: «Сравнивая свое и чужое, люди выделяют значимые сходства и различия дают различиям эмоциональную оценку. В этом смысле все свое признается нормой, и все чужое на обыденном уровне получает критическую оценку как странное, недостаточное, преувеличенное, опасное, смешное, уродливое и т.д.»²³. Такого рода сравнения, как правило, не могут быть объективными, но они дают четкое основание для проведения на

²¹ Там же. – С. 262.

²² Флиер, А.Я. Культурогенез / А.Я. Флиер. – М., 1995. – С.72-73.

²³ Карасик, В.И. Иная ментальность / В.И. Карасик, О.Г. Прохвачева, Я.В. Зубкова, Э.В. Грабарова. – М.: Гнозис, 2005. – С. 5.

коммуникативном уровне социоментальных границ той или иной локальной идентичности.

Знание традиций, их учет в коммуникативных практиках позволяет выстраивать эффективную коммуникацию на различных уровнях. Более того, осознание на бытовом, повседневном уровне наличия определенных исторически сложившихся местных традиций, стремление их поддерживать в каждодневной ментальности, – все это свидетельствует о достаточно высоко развитом ощущении причастности к той или иной локально ограниченной местности, говоря метафорически – к малой родине.

В то же время говорить о прочности культурно-исторической укорененности той или иной локальной идентичности можно лишь в тех случаях, когда традиция формировалась и даже претерпевала определенные изменения естественным путем, в процессе длительного развития. «Культура продолжается, сохраняет постоянство, прочность, передается по наследству. Но в то же время культура постоянно изменяется, и где-то в прошлом она имеет свои истоки и начала»²⁴, – утверждает П. Штомпка. Именно тогда, когда точно установить дату и первопричину этих «истоков и начал» нет возможности без специальных исследований, но в то же время отмечается достаточно высокий интерес к подобным проблемам, к публикациям на подобные темы в массовой прессе и в сети Интернет, можно говорить о достаточно сформировавшемся идентификационном самосознании жителей той или иной местности.

В связи с этим весьма показательной является мысль М. Хальбвакса о том, что «существует коллективная память и социальные рамки памяти, и наше индивидуальное мышление способно к воспоминанию постольку, поскольку оно заключено в этих рамках и участвует в этой памяти»²⁵.

²⁴ Там же. – С. 265.

²⁵ Хальбвакс, М. Указ. соч. – С. 29.

Общность «коллективной памяти», единство (или приблизительное тождество) границ ее «социальных рамок» приводит к образованию общего прецедентного слоя, набора определенных общепонятных концептов – по сути архетипическая общность – позволяет говорить о сформированности на той или иной территории местной идентичности.

Коллективная память, ее социальные рамки, следовательно, оказываются детерминированными культурно-историческими и ментальными традициями, характером протекавших на данной территории экономических и политических процессов, сменой властной парадигмы и рядом других факторов.

При анализе социокультурных процессов, происходящих в ментальном континууме местных идентичностей, необходимо учитывать такое явление, которое, согласно терминологии Я. Ассмана, можно назвать коммуникативной памятью. Коммуникативная память, по мнению исследователя, «охватывает воспоминания, которые связаны с недавним прошлым. Это те воспоминания, которые человек разделяет со своими современниками. Типичный случай – память поколения. Ее группа приобретает исторически. Эта память возникает со временем и проходит вместе с ним, точнее, со своими носителями»²⁶. Соответственно, рамки коммуникативной памяти складываются в значительной мере самопризывно, спонтанно. Комплекс массово-коммуникационных явлений может их в некоторой степени направлять и корректировать, но не способен – пока живы представители того или иного поколения – полностью изменить границы и конфигурацию этих рамок.

Иная ситуация складывается при анализе явлений, которые попадают под категорию культурной памяти²⁷. «Культурная память направлена на

²⁶ Ассман, Я. Указ. соч. – С. 52.

²⁷ См.: Там же. – С. 50-59.

фиксированные моменты в прошлом. В ней прошлое также не может сохраняться как таковое. Прошлое скорее сворачивается здесь в символические фигуры, к которым прикрепляется воспоминание»²⁸, - отмечает исследователь. Следовательно, именно культурная память дает основу для мифологизации прошлого: «Для культурной памяти важна не фактическая, а воссозданная в воспоминании история»²⁹. Подобного рода мифологизация может способствовать как сохранению и поддержанию наиболее позитивных, жизнеспособных традиций прошлого, так и своего рода невежественному «культивированию» прошлого, основанному на недостаточном знании фактов и их последствий, а также на их искаженной интерпретации в угоду определенной политической конъюнктуры.

В связи с этим, обращаясь к проблемам социального проектирования, необходимо помнить о специфике как коммуникативной памяти, так и культурной памяти, а также о той мощной воздействующей силе, которой обладает комплекс современных массово-коммуникационных средств и технологий. Как подчеркивает Я. Ассман, «В мире тотальной унификации память о прошлом делает возможным опыт Иного и дистанцирование от абсолютной власти современности и данности. Но в более общем, менее политическом, смысле это верно и для давления, которое повседневность как таковая оказывает на социальную действительность и которое всегда толкает к унификации, «одномерности» и упрощению»³⁰.

Такое упрощение возникает неизбежно, если коммуникативные процессы в социокультурном пространстве (в данном случае – применительно к локальным идентичностям) строятся однонаправлено, без учета глубинной диалогической сущности коммуникации и – шире – человеческой культуры в целом. В этом отношении нельзя не согласиться с

²⁸ Там же. – С. 54.

²⁹ Там же. – С. 55.

³⁰ Ассман, Я. Там же. – С. 91.

утверждением М.М. Бахтина о том, что «Диалогические рубежи пересекают все поле живого человеческого мышления»³¹. Диалог в данном случае понимается масштабно, не как простой обмен репликами, а как форма и способ взаимодействия индивидов в социальном пространстве. Причем, именно эта форма взаимодействия является наиболее эффективной. Даже «когда человеку кажется, что он остался один, наедине с собой, перед ним возникают другие люди, а вместе с ними и те группы, откуда они вышли»³². Эта мысль исследователя еще раз наглядно подчеркивает принципиальную диалогичность человеческой коммуникации, ее изначальную социальную ориентированность на некоего Другого.

В итоге, геобренд может быть представлен двумя ортогональными семантическими гиперплоскостями.

Первая гиперплоскость образована социокультурным антропным хронотопом, центрирующим мгновение места ценностями прошлого и идеалами будущего. Эту плоскость можно рассматривать как место сбора онтологий, проявляющих все многообразие хронотопа.

Вторая рассматривает сплав почвинистких смыслов с космичностью сознания в качестве материала государственного строительства. Можно сказать, что это сумма личностных отношений с сакральными качествам места, позволяющими устанавливать с ним диалоговую коммуникацию, т.е. разговаривать по-родственному. Этим снимается характерная для современности проблема экзистенциальных смыслоутрат. Эту гиперплоскость можно связать с ценностными, аксиологическими атрибутами бренда.

Итак, упрощенно, геобренд позиционируется в пространстве, заданном двумя двумя координатными осями: онтологии и аксиологии. Нет

³¹ Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М.: Искусство, 1979. – С. 299.

³² Хальбвакс, М. Указ. соч. – С.147.

необходимости доказывать, что, несмотря на допущение независимости (ортогональности) этих осей, они находятся в непрерывном синергетическом взаимодействии, что обеспечивает, при правильной конфигурации геобренда, постоянное спонтанное развитие, усиление и усложнение системы.

Полнота присутствия в реальном геобренде этих измерений, разумеется, реализуется далеко не всегда. Однако сама процедура конструирования геобренда с необходимостью будет предполагать решение этой задачи с учетом всего сказанного выше. Успешность геобренда в маркетинговом смысле также будет зависеть от его адекватности представленной модели.

В качестве примера можно привести один из самых успешных современных геобрендов – бренд города Урюпинск. Возьмем слоган: «Урюпинск – столица российской провинции». На первый взгляд, это классический оксюморон, поскольку «столица» и «провинция» логически отрицают друг друга. Однако, если подразумевать виртуализацию провинции через столичность (все точки являются центральными) и одновременным замыканием Космоса и земли через государственные институты, то становится понятным глубинный, а не анекдотический (сама идея выросла из старого анекдота глубоко советского периода) смысл бренда Урюпинска.

Если бренд Урюпинска достаточно неплохо раскрыт, то этого нельзя сказать о других провинциальных российских городах, а делать это необходимо. Для начала был выбран город (точнее городское поселение) Юрьево Ивановской области. Он находится на северо-востоке Ивановской области на берегу Горьковского в а. В 1956 году Волгу перегородила у Городца плотина Нижегородской ГЭС. Образовалось водохранилище площадью 160 тыс. гектаров (его длина — 430 км, средняя

ширина 3,5 км). Водоем протянулся от плотины ГЭС до Юрьевца. Выше водохранилище сохраняет вид полноводной реки около 3 км шириной.

Юрьевец древнейший Волжский город, с богатейшей историей. С этим городом связаны такие имена как: архитекторы братья Веснины, режиссеры Андрей Тарковский и Александр Роу, и даже мятежный протопоп Аввакум. Иными словами, город имеет достаточно солидный рекреационный потенциал, однако реализовать его в полной мере пока не получается.

Депрессивное состояние, в котором находится город, как и большинство районных городов России, родом из девяностых. Промышленность остановилась, активы приватизировали, люди в поисках работы уехали в большие города. Население Юрьевца в настоящий момент составляет около 8 тыс. человек. Они и формируют бюджет, на который ждать экономического прорыва не приходится. Вместе с тем, остается вопрос: можно ли с помощью такого коммуникативного инструмента, как геобренд, помочь возродить город. Администрация области и города все делает для этого.

Недавно была реконструирована набережная. на набережной Волги в Юрьевце разбит сквер памяти утраченных храмов в результате затопления при создании Горьковского водохранилища. Сюда свезены и объединены в мемориальную зону фрагменты церквей, которые когда-то стояли в разных уголках Юрьевецкого района. Создана рекреационная территория - прогулочные тропинки, повторяющие старое и новое русло Волги. Получилась не просто благоустроенная рекреационная зона, а памятник волжским городам и храмам, воплощенный хронотоп, который, надеемся послужит полному возвращению идентичности места старого русского города. Как сказал один из жителей: «Это новая отправная точка всей истории города Юрьевца».

Мы надеемся, что проектной группе, созданной в настоящее время на базе ведущего гуманитарного вуза РГГУ, удастся внести в это благое дело свой посильный вклад.

Литература:

1. Ассман, Я. Культурная память. Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / Я. Ассман. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 368 с.
2. Бахтин, М.М. Проблемы поэтики Достоевского / М.М. Бахтин. – М.: Советская Россия, 1979. – 320 с.
3. Бахтин, М.М. Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М.М. Бахтин. – М.: Худож. лит-ра, 1990. – 543 с.
4. Бердяев Н.А. Русская идея / / О России и русской философской культуре. М., Наука. 1990, с.23
5. Карасик, В.И. Иная ментальность / В.И. Карасик, О.Г. Прохвачева, Я.В. Зубкова, Э.В. Грабарова. – М.: Гнозис, 2005. – С. 5.
6. Флиер, А.Я. Культурогенез / А.Я. Флиер. – М., 1995. – С.72-73.
7. Хальбвакс, М. Социальные рамки памяти / М. Хальбвакс. – М.: Новое издательство, 2007.
8. Юнг, К.Г. Психология бессознательного. – М.: Канон, 1994; Его же. Человек и его символы / К.Г. Юнг. – М.: Серебряные нити, Университетская книга, АСТ, 1997.
9. Юнг, К.Г. Психология бессознательного / К.Г. Юнг. – М.: Канон, 1994. – С. 106.

УДК 366.12

ХАРАКТЕРИСТИКА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РАЗЛИЧНЫХ ВОЗРАСТНЫХ КАТЕГОРИЙ

CHARACTERISTICS OF CONSUMERS OF DIFFERENT AGE CATEGORIES

Зеленина Т.Р.*

В статье рассматриваются особенности психологии потребителей разных поколений и ценности, лежащие в основе их поведения.

The article examines the features of consumer psychology of different generations and the values that underlie their behavior.

Ключевые слова: *поколенческий подход, потребительское поведение, психические процессы, ценности.*

Key words: *generational approach, consumer behavior, mental processes, values.*

DOI 10.37691/2619-0265-2020-0-1-81-95

Возрождение интереса исследователей среды маркетинга к психологическим аспектам потребительского поведения обусловлено, на наш взгляд, значительными изменениями (трансформациями) покупателей и их психологии в последние годы. Теория традиционного маркетинга исходит из необходимости выявить человеческие нужды и создать привлекательные объекты для их удовлетворения. Предполагалось, что все потребители руководствуются своими сугубо утилитарными соображениями и приобретают, прежде всего, необходимые им услуги и товары. Долгое время,

* Зеленина Т.Р., кандидат социологических наук, доцент кафедры менеджмента, Российский новый университет, г. Москва, РФ, e-mail: zelenina59@yandex.ru
Zelenina T.R., Candidate of sociological Sciences, associate Professor of management, Russian new University, Moscow, Russia, e-mail: zelenina59@yandex.ru

практически на протяжении всего XX столетия, производители и продавцы направляли свои усилия на создание и продвижение привлекательных по цене и полезных для потребителей товаров. Сегодня исследователи маркетинга начинают осознавать, что запросы современного потребителя существенно отличаются от запросов их предшественников.

Систематические исследования потребительского поведения появились в конце 1950-х – начале 1960-х гг., тогда же возникла отрасль научного знания и учебная дисциплина «Поведение потребителя». Все научные изыскания второй половины прошедшего столетия так или иначе касались анализа психических процессов потребителя. Выявлялись мотивы, стимулы, а также различные типы покупательского поведения [1, с.38].

Обобщая данные исследований специалистов в области маркетинга потребительское поведение можно определить как совокупность действий, связанных с поиском, выбором, оплатой, использованием товара, а также с оценкой потребителем правильности сделанного выбора. [2, с.123]

Согласно теоретическим основам психологии, в основе потребительского поведения лежат:

- личностные мотивы индивида;
- стремление к удовлетворению имеющихся потребностей;
- жажда исполнения желаний.

Личностные особенности потребителя включают в себя его пол, возраст, гендерную принадлежность, привычки, настроение, нравственность и пр. Некоторые ученые относят к ним коммуникативные, мотивационно-волевые факторы, а также соотношение рациональных и эмоциональных черт (элементов) в профиле личности. Психология потребительского поведения говорит о том, что мотивы человека при покупке им продукта с целью удовлетворения потребностей предельно прозрачны, ясны и понятны.

Намного сложнее их выявить и оценить в том случае, если потребителем руководит какое-либо другое желание.

Потребностям и их удовлетворению отводится основополагающая роль в формировании поведения потребителей. Под потребностями следует понимать осознанную нужду, которую человек испытывает в связи с желанием и необходимостью обеспечения нормальной жизнедеятельности. Все потребности требуют своего удовлетворения по определенному алгоритму.

Жажда исполнения желаний – ещё один фактор, формирующий поведения потребителя. Под желанием следует понимать влечение, стремление к осуществлению чего-нибудь, обладанию чем-нибудь [3, с.191]. То есть, по сути, желание – это материализация потребностей. Это потребность, которая принимает конкретную форму в соответствии с социально-культурным укладом и представлениями человека.

Согласно традиционной точке зрения, потребности – это то, без чего человек не может обойтись, а желания – то, без чего он обойтись может, иными словами, его прихоть, или «роскошь». Исследователи потребительского поведения утверждают, что «в современном мире практически все покупки, даже считающиеся излишними, отражают действительные потребности некоторой части покупателей, поскольку им нужны именно эти вещи и на меньшее они не согласны» [4, с. 27].

Для понимания поведения покупателя в новой экономической ситуации маркетологи должны расширить свои представления о психологических основах потребительских мотивов. Схемы и правила решения потребителей о совершении покупок претерпели значительные изменения: желания потребителей превратились в потребности, логического объяснения которым маркетологи дать не в состоянии. Покупатели приобретают вещи не очень нужные, да ещё и по завышенным ценам. Сюда

можно отнести покупки брендовой одежды, автомобилей, бытовой электроники, смартфонов. Многие покупки совершаются с помощью потребительских кредитов, которые выплачиваются потом длительное время. Зачастую такие решения трактуются как приобретение под влиянием момента, т.е. акт импульсивной покупки, однако это очень узкий взгляд на проблему. Следует отметить, что в этих случаях покупатели сами затрудняются назвать причины подобного поведения.

Задача современного исследователя потребительского поведения заключается в выявлении мотивов, глубинных психологических потребностей и желаний современного покупателя. Среди новых общих тенденций, характеризующих поведение современного покупателя нужно отметить следующие:

- стремление потребителей всегда оставаться на связи и иметь доступ к различным интернет-сервисам в любое время суток. Потенциальные клиенты могут выйти в интернет даже с часов, поэтому важно, чтобы сайт был готов к любому устройству, экрану и даже формату запросов. Голосовой поиск становится все популярнее — по прогнозу Comscore 50% всех запросов к 2020 году будут именно в этом формате.

- эмоциональная вовлеченность. Сервисы, которые гарантируют яркие эмоции, набирают популярность. Например, сервис OneTwoTrip предлагает организовать путешествие в неожиданное место (в стоимость входят билеты и проживание), сообщив о пункте назначения за 2 суток или уже на пути в аэропорт. Весьма популярной становится геймификация — возможность дать взрослым почувствовать себя детьми через квесты, игры, изучение материала в игровой форме и т. д., персонализация – настройка рекомендательной системы или ручная подборка спецпредложений;

- стремление все контролировать и организовывать. Согласно исследованиям психологов, люди, живущие в условиях нестабильной

экономики, стараются максимально контролировать все вокруг себя. Это придает им уверенность в завтрашнем дне. Пользователи стремятся контролировать все и максимально эффективно организовывать свой день: отключают ненужные уведомления, заказывают еду из супермаркета на дом, включают пылесос со смартфона, пока находятся на работе.

- рационализация потребления. Несмотря на то, что экономическая ситуация в области потребления стабилизируется (по данным Федеральной службы государственной статистики потребительские расходы во втором квартале 2019 года повысились на 6% по сравнению со вторым кварталом 2018 года [5]), пользователи по-прежнему стараются контролировать свои расходы. Они все чаще ищут акции и спецпредложения, пользуются коллективными покупками и семейными подписками на сервисы.

- индивидуализация потребления. В условиях многообразия товаров и услуг потребитель предъявляет всё более нестандартные требования как к самим товарам и услугам, так и к процессу их продажи и оказания. Наблюдается явное предпочтение небольших брендов массовым. Появилась мода на крафтовые продукты. Этим прилагательным называют продукты, сделанные не на заводе, а в мастерской, маленькими партиями по индивидуальным рецептам. Мода на крафт видна во всем: от маленьких пивоварен до частных архитектурных бюро. Пользователи ищут не традиционное маркетинговое общение, а индивидуальный подход и влияние к деталям. Но тут появляется новая проблема — маленьким брендам сложнее заявить о себе. Чаще всего работает сарафанное радио, и это плюс — информация от других пользователей вызывает больше доверия [6].

Данные тенденции можно проследить в поведении представителей всех поколений потребителей, однако, нельзя не отметить и некоторые различия и особенности, которые не могут не заинтересовать деятелей в сфере маркетинга и продаж. Поколенческий подход к построению моделей

потребления различных возрастных групп населения позволяет исследователям маркетинга описать потребительскую практику современных россиян. Данный подход увязывает анализ среды формирования ценностей поколений с их нуждами и потребностями, а, следовательно, дает специалистам-маркетологам инструмент для формирования эффективных маркетинговых стратегий.

Согласно этой теории, приблизительно каждые 20 лет на свет появляется новое поколение людей, система ценностей которых кардинально отличается от системы ценностей их родителей, бабушек или дедушек. Формирование системы ценностей представителя каждого нового поколения фактически заканчивается к 11-15 годам, после чего она только дополняется и укрепляется. Уже в этом возрасте можно заметить первые отличия: отношение к другим людям, деньгам, материальным и духовным благам, стиль потребления и поведения в целом. Исчисление и описание «поколений» начинается с конца XIX века. Каждое из поколений имеет свои уникальные ценности, которые формировались под влиянием множества факторов. Деятельность представителей каждого поколения провоцировала создание новых условий, которые, в свою очередь, начинали влиять на формирование системы ценностей последующего поколения [7].

Наибольший интерес для исследователей представляет, на наш взгляд, три последних поколения, так как являются наиболее платежеспособными и активными потребителями товаров и услуг. Это поколения X, Y, Z – самые изученные поколения в маркетинге.

Каковы же условия формирования и психологические основы их потребительских предпочтений?

Поколение «X» («неизвестное» поколение, поколение «с ключом на шее») – люди, рожденные в период с 1963 по 1983. События, повлиявшие на формирование их ценностей: продолжение «холодной войны», перестройка,

СПИД, наркотики, войны в Афганистане и Чечне. Их система ценностей включает: способность к изменениям, обдумывание своего выбора, высокая информированность, техническая грамотность и качественное образование, стремление учиться на протяжении всей жизни, поиск острых эмоций, индивидуализм и прагматизм, надежда на самого себя, стремление к лидерству, признание равноправия полов, прочная уверенность в себе, поиски благополучия, трудолюбие, честность и дружелюбие.

Покупательская социализация представителей поколения X происходила в условиях появления новых форматов магазинов: супермаркетов и гипермаркетов, что, безусловно, сильно повлияло на потребительские стандарты поколения. Появление новых форматов магазинов «возле дома» продиктовано привычками представителей поколения X совершать покупки товаров первой необходимости недалеко от места проживания. Сетевые ритейлеры обратили внимание на то, что данная когорта покупателей весьма ценит свое удобство, готова тратить на это деньги и предпочитает приобретать много разных товаров хорошего качества в одном месте, делать это очень быстро с экономией времени. Именно для таких покупателей сетевые супермаркеты и гипермаркеты распахнули двери с предложениями индивидуальных товаров и услуг.

Для поколения «X» важно подчеркнуть свою индивидуальность и уникальность. На стадии принятия покупательского решения, при оценке вариантов выбора товаров это поколение склонно к самостоятельности. Для него характерно принятие решения о покупке без учета требований референтных групп. Покупательское поведение этого поколения может быть выражено словами: «добавь своей индивидуальности, создай такую вещь, которой не будет больше ни у кого». Взвешивая варианты будущей покупки товаров, они ищут ответ на свой вопрос: что в этом товаре или услуге есть именно «моего», для меня. Признак благополучия для этого поколения — это

новый интересный и нужный продукт. Они готовы долго пробовать, тестировать и изучать новые товары.

Компания IKEA чутко уловила эту тенденцию и предложила идею индивидуальности в поиске оборудования квартир и дачных домов. Покупатель IKEA имеет возможность воспроизвести собственную концепцию интерьера и найти свой индивидуальный стиль жилой обстановки [8, с. 8].

Именно это поколение стало пионером освоения новых социокультурных пространств в виде торгово-развлекательных центров, где возможно не только купить товары, но и приобщиться к новым способам проведения досуга в виде рассматривания витрин, посещения кафе, кинотеатров и иных развлекательных площадок. К новым социокультурным пространствам относятся также и рестораны быстрого питания, прежде всего «Макдональдс» [9, с. 52].

По мнению исследователей, именно представители поколения «Х» являются основными потребителями фаст-фудов. Во многом это объясняется тем, что они рационально относятся к использованию своего свободного времени. Представители этого поколения, которые родились и выросли в России, еще помнят времена тотального дефицита и бесконечное стояние в очередях, поэтому бережно относятся к своему свободному времени и организации досуга. Концепция тайм-менеджмента была разработана и внедрена в повседневную практику именно представителями этого поколения. Их главный лозунг: «время — деньги!» И именно для них производители разработали массу товаров и услуг, которые призваны экономить время потребителей, которые готовы потратить лишние деньги, но не потратят лишнее время. Именно этим объясняется то, что поход к врачу совершается ими только в случае крайней необходимости, причем не в местную поликлинику, а в платный медицинский центр.

При этом поколение «X» является активными потребителями лекарственных препаратов, которые мгновенно снимают симптомы боли и неудобства. Им важно быть постоянно работоспособными.

Для поколения «X» одной из важнейших ценностей являются знания и образование. Это они имеют по два и три образования, закончили МВА, получили степени в западных университетах и колледжах. Они не жалеют деньги и на образование своих детей, полагая, что это инвестиции в культурный капитал личности своего ребенка.

Многие социальные сети были разработаны представителями именно этой возрастной общности. Представители поколения X нуждаются в социальных контактах с теми людьми, которые связаны с ними общими переживаниями, событиями детства, учебы. Они стремятся делиться своими мыслями, идеями, мнениями с другими людьми. Анализ социальных сетей показал, что данная группа пользователей наиболее активна и достаточно многочисленна.

Следующее поколение - миллениалы, «поколение NEXT», «поколение Y» – всё это названия большой группы населения, родившейся в период после 1984 и до 2000 года. гг. Люди в возрасте 20–35 лет постепенно становятся основной экономической силой и как работники, и как потребители товаров. В нашей стране «игреки» в дефиците из-за демографического провала 90-х, к ним можно отнести около 30 млн человек или около 21% населения. Это самая много численная и платежеспособная группа потребителей, поэтому анализ ее покупательских мотивов и предпочтений весьма важен для маркетологов и продавцов. Представители данной группы обладают уникальным набором приоритетов и ожиданий, серьезно отличающимся от тех, что знакомы предыдущим поколениям.

Представители поколения Y привыкли пользоваться услугами разнообразных интернет-магазинов. Они с удовольствием исследуют десятки

магазинов в погоне за действительно уникальной вещью. Эксперты отмечают, что предпочтения миллениалов сместились в сторону непостоянного и нематериального – интересов и эмоциональных впечатлений. Современные потребители – миллениалы уже отходят от общества потребления и уверенно делают выбор в сторону сферы интересного досуга и услуг.

Одно из самых многочисленных поколений в истории человечества готово вступить в очередной жизненный этап – этап растрат. Благодаря своему уникальному жизненному опыту миллениалы могут изменить экономику, изменив привычные маркетинговым покупки и продажи, заставив компании задуматься над долгосрочными стратегиями продвижения.

Особенности поведения миллениалов в процессе совершения покупок:

- в процессе совершения покупки ожидают скорость, простоту, эффективность и удобство;
- редко совершают спонтанные покупки. Прежде чем сделать покупку изучают отзывы друзей и других покупателей;
- ценят бренды со страницами в соцсетях и веб-сайтами;
- отдают предпочтение брендам, поддерживающим общественные и экологические движения.

К основным покупательским характеристикам миллениалов можно отнести.

- использование оценок и обзоров как основного критерия при покупке товаров онлайн (50%);
- предпочтение шоуруминга, т.е. просмотра товара в магазине с его последующей покупкой онлайн (32%);
- использование вебруминга, т.е. просмотра товара онлайн с последующей покупкой в магазине (46%);
- совершение покупок через свои смартфоны (73%);
- изучение всех характеристик товара до совершения покупки (72%);

- поиск качественного обслуживания, непрерывного на всех этапах покупки по всем каналам связи с продавцом (68%).

При выборе продавца представители поколения Z наиболее значимыми считают лучшую цену (56%), мнение друзей и семьи (35%), гуманитарные ценности (10%).

На их решение о покупке влияют онлайн обзоры (78%), друзья и семья (50%), реклама (25%) [10].

В настоящее время внимание исследователей переключается на новую группу потребителей – представителей поколения Z, как одного из самых перспективных сегментов современного потребительского рынка. К поколению Z относятся люди, рожденные после 2000 года. В России молодые люди, родившиеся в период с 2000 по 2019 год, составляют более 21 млн. человек (около 18% от общей численности населения), большая часть из которых может быть отнесена к поколению Z. Говорить о конкретных чертах потребительского поведения представителей этого поколения ещё рано, так как у них еще мало собственных ресурсов и их покупательная способность пока сравнительно не велика.

В чем же заключаются поведенческие особенности представителей поколения Z, и чем они обусловлены?

Во-первых, высокая компетентность в области электронной техники, что обусловлено влиянием информационно-технологической революции 1990-х годов, в условиях которой проходила первичная социализация Z. Поколение Z стало первым поколением настоящих «цифровых аборигенов», родившихся и выросших в мире компьютеров, сотовых телефонов и смартфонов, широкого использования Интернета с самого раннего возраста, поиска информации в Google, в эпоху социальных сетей, чатов, форумов, сообществ. Именно новые технологии, как считают все исследователи, оказали определяющее влияние на формирование поколения Z.

Во-вторых, особые отношения с членами своей семьи, которая стала важнейшим фактором первичной социализации. Преимущественно родителями поколения Z являются представители поколения X, которые отступили от жесткого контролирующего стиля, присущего семейным отношениям предыдущих поколений. [11, с. 4]

Родители детей Z сосредоточили внимание на формировании у своих детей таких качеств, как самостоятельность, адаптивность, стремление к успеху. У поколения Z установились дружеские отношения со своими родителями, оно намного ближе к своим родителям по сравнению с прошлыми поколениями.

В результате подростки поколения Z имеют больше личного пространства, чем их предшественники; они находят ответы на интересующие их проблемы в интернете и более сосредоточены на самих себе. Несмотря на уважительное отношение к своим родителям, они менее от них зависимы. В результате это поколение с подросткового возраста гораздо более самостоятельно и менее управляемо, отличается более высоким уровнем самоуважения.

Известно, что потребительское поведение людей формируется наличием и содержанием потребностей. Какие же наиболее значимые потребности поколения Z выделяют специалисты?

Выделяя наиболее значимые потребности, можно отметить:

- качественно новая потребность в получении информации, требование мгновенного доступа к информации;
- потребность в общении, причем большинство из них предпочитает коммуникации с людьми не выходя из дома. Поколение Z комфортно чувствует себя в онлайн-общении;
- потребность в безопасности. Это поколение стремится к стабильности, спокойствию и комфорту;

- с раннего возраста представители поколения Z ориентированы на самореализацию и самоактуализацию, достижение успеха и социального признания;

- потребность в путешествиях, эмоциональное удовлетворение и получение новых ярких и незабываемых впечатлений, потребность в игре. [12, с. 23]

В 2014–2016 годах проведен ряд масштабных исследований особенностей потребительского поведения поколения Z, обусловленных спецификой общей и потребительской социализацией этого поколения, – исследование NRF, «Young&Younger» агентством MAGRAM Market Research совместно с международным коммуникационным агентством PBN Hill+Knowlton Strategies. В результате были получены данные что, как и по каким каналам продаж совершают покупки представители поколения Z.

Поколение Z (27%) охотнее покупает новинки, если, конечно, позволяет цена, на нее смотрят 39% респондентов обоих выборок. Стоит отметить, что 47% всех опрошенных обращают внимание на инновационные разработки брендов, даже если это маркетинговый ход производителя.

Поколение Z (40%) больше ориентируется на иностранные бренды, Z выбирают одежду, обувь, электронику и книги. Y-поколение, в числе прочего, отмечает косметику (21%), продукты питания (17%), а Z-поколение предпочитает потратить на спортивные товары (15%), видеоигры.

Во всех случаях потребители поколения Z изучают товары, которые собираются приобрести 57%. Каждый второй представитель делает покупки в иностранных онлайн-магазинах (eBay, AliExpress, Asos и др). Российским интернет-магазинам доверяет 41%.

Спонтанные покупки совершают 44% Z-поколения, поскольку для них посещение торгово-развлекательных центров – это одна из форм проведения досуга. Поэтому они еще предпочитают делать покупки в магазинах. [13, с. 3]

Итак, поколение Z – хорошо осведомленные и опытные потребители, скептически относятся к рекламе и маркетингу. Они активно используют ресурсы интернета, социальные сети для поиска необходимой информации, сравнивают продукцию разных производителей, выясняют отзывы о конкурентах в реальном времени. Они ищут всегда лучшие предложения на рынке. Любят тратить свои деньги на фирменные и модные товары, соответствующие их образу и стилю жизни, предпочитают искать уникальные и самые современные технологии. При этом ценят дизайн, качество, атмосферу, скорость обслуживания. Важно отметить, что вследствие особенностей своей социализации, отмеченных выше, поколение Z очень нетерпеливые потребители. Они требуют немедленного удовлетворения своих потребностей, мгновенного обслуживания.

Таким образом, поколенческий подход к изучению потребительского поведения дает возможность исследовать глубинные предпочтения потребителей разных поколений и позволяет разрабатывать объекты для удовлетворения их запросов наиболее эффективным способом.

Литература

1. Блэкуэлл, Р. Поведение потребителей / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел. СПб: Питер; 2014. - 944 с.
2. Дементьева И.Н. теоретико-методологические подходы к изучению потребительского поведения. // Проблемы развития территории. - 2018. - Вып. 1 (93). - С.122-132
3. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка. Около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений – М.: Мир и образование -2017. - 1376 с.
4. Пулер, Джим. Почему мы покупаем. Мотивация и стратегия продаж. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006. – 272 с.

5. Федеральная служба государственной статистики. Доходы, расходы и потребление домашних хозяйств. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140096812812
6. Тренды потребительского поведения 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/trendy-potrebitelskogo-povedeniya-2019/>.
7. Поколение X: почему стоит брать на работу людей старше 40 лет. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hr-director.ru/pokolenie-x>
8. Шевченко, Д.А. Исследование потребительского поведения крупных сегментов рынка в России: поколенческий подход. // Практический маркетинг. – 2013, Вып. 4, с. 4-13.
9. Томбу, Д.В. Социология рекламной деятельности: учебное пособие. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИФРА-М, 2009 – 240 с.
10. Миллениалы: покупательское поведение. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rusability.ru/infographics/millenialy-pokupatelskoe-povedenie-infografika/>
11. Малетин С.С., Особенности потребительского поведения поколения Z/ Малетин С.С.// - «Российское предпринимательство» - 2017. - № 21. С. 23-24.
12. Шамис Е., Никонов Е. Теория поколений. Необыкновенный Икс. - М.: Синергия, 2016.
13. Ирина Милош, Исследование: Сбербанк изучил поколение Z Доклад банка посвящен «центениалам». Sostav. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sostav.ru/publication/issledovanie-sberbank-izuchil-pokolenie-z-25885.html>.

УДК 378

**ДНЕВНОЙ ЭФИР РАДИОСТАНЦИЙ «ВЕСТИ FM», «ЭХО МОСКВЫ»,
«МАЯК»: ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ СЕТОК ВЕЩАНИЯ**

**DAYTIME BROADCAST OF VESTI FM, ECHO OF MOSCOW, AND
MAYAK RADIO STATIONS: FEATURES OF BUILDING BROADCAST
GRIDS**

*Кадушева Е.Ю.**

В статье содержится сопоставительный анализ дневных программ трех информационных радиостанций FM диапазона: «Вести FM», «Эхо Москвы», «Маяк». Исследуются типологические особенности этих радиостанций, принципы формирования сеток вещания, программирование дневного эфира и его жанровое своеобразие. Целью работы является установление задач редакционного менеджмента и особенностей редакционных стратегий, упомянутых радиостанций, по выстраиванию эфира, работающих на достижение поставленных задач.

In article there is a comparative analysis day's programs of three radiostations: "Vesti FM", «Echo of Moscow», Radio «MAYAK». The tipological features of these stations, the principals of forming broadcast networks, programming daily broadcast and its genre originality are explored. The aim of this work is setting tasks editorial management and peculiarities of setting strategies of these broadcast stations, which are working to achieve the setgoals.

Ключевые слова: сетка вещания, программирование, редакционные стратегии, программирование, радиовещание, радиостанция, жанр.

Key words: broadcast grid, programming, editorial strategies, broadcasting, radio, genre.

DOI 10.37691/2619-0265-2020-0-1-96-109

* **Кадушева Е.Ю.**, преподаватель кафедры журналистики и связей с общественностью, Московский гуманитарно-экономический университет, г. Москва, РФ, e-mail: elena@kstudia.com
Kadusheva E. Y., Teacher of Department of journalism and public relations, The Moscow University of Economics and Humanities, Moscow, Russia, e-mail: elena@kstudia.com

Радио – особенное, неповторимое, своеобразное средство массовой коммуникации. Его значение невозможно переоценить. Более ста двадцати лет назад радиовещание вошло в нашу жизнь и поныне не теряет актуальности и востребованности у представителей разных поколений. Исследовательская компания Mediascope — «Медиаскоп» провела тестовые измерения аудитории радио по всей России. По словам руководителя сектора исследований компании Юлии Николаевой «Аудитория радио за месяц по всей стране в августе 2018 года составила 110 млн. человек или 89% населения страны в возрасте от 12 лет и старше. Аудитория за месяц в городах с населением свыше 100 тыс. человек за этот же период составила 59 млн. человек или 92% всех городских жителей 12+»

По оперативности предоставления информации радио остается вне конкуренции и является самым востребованным, общедоступным и демократичным средством массовой информации [1,с.366-384]. Анна Качкаева, журналист, профессор НИУ ВШЭ считает «радио живым, технологичным средством, которое способно быстро перестраиваться и отвечать на запросы разнообразной аудитории ». "Несмотря на его почтенный возраст – утверждает Качкаева - это одно из самых молодых и динамично развивающихся средств массовой информации, и это видно по тому количеству радиостанций, которые существуют и открываются и в стране, и в мире, и по тому, как им все больше интересуются молодые люди". По ее мнению, радио "несложно технологично открываться в новых средах, оно менее формализовано и более интерактивно, и гораздо в большей степени способно откликаться на потребности конкретных людей, а не масс".

Информационная составляющая всегда была преобладающей в радиовещании. Одна из важнейших его функций – информационная, а информационные передачи были и остаются наиболее востребованными аудиторией радио. И не случайно. Ведь, как и прежде, радио остается самым оперативным способом доставки информации. А всплеск потребности общества в оперативной информации о происходящих в стране и мире событиях только актуализировал информационную функцию радиовещания [2,с.45-50].

На период декабря 2019 г. только в столичном FM-диапазоне работало 55 радиостанций, из них 13 относятся к информационным и информационно-разговорным форматам. Наиболее популярными информационно-разговорными радиостанциями

являются «Вести ФМ», «Эхо Москвы», «Радио России», «Маяк», «Русская служба новостей», «Коммерсантъ FM», Business FM» [3,4].

Медиаметрические исследования подтверждают, что разговорное радио всё больше нравится радиослушателям. Если заглянуть в прошлое, то можно констатировать, что в 90-х были популярны музыкальные радиостанции в основном с зарубежным контентом, второе место занимали радиостанции, играющие русскоязычную музыку. Начало двухтысячных обозначило новый тренд - стали бурно развиваться разговорные и новостные радиостанции. А ведь не так давно бытовала точка зрения, что разговорные радиостанции уже не так интересны аудитории и должны исчезнуть. Однако, в настоящее время информационные радиостанции прочно закрепились в эфире. В их программных сетках вещания новостные блоки, комментарии экспертов, аналитика [5,с.335-348]. Немаловажным является и тот факт, что слушатели имеют возможность принять участие в эфире, высказать свою точку зрения, задать вопрос. «Разговорные станции процветают при свободном выражении мысли и минимуме ограничений – считает генеральный директор Европейской медиа группы Александр Полесицкий - Разговорное радио сильно там, где есть конфликт, где можно сталкивать разные точки зрения, обсуждать во многом провокационные вещи. Людям это интересно».

Несмотря на то, что многие предрекали рост популярности развлекательного радио в России, разговорные, информационные форматы берут верх. Далее речь пойдет о трех представителях этого цеха наиболее успешно работающих в данной нише.

Решение проанализировать работу радиостанций «Вести FM», «Эхо Москвы» и «Маяк» обусловлено тем, что это наиболее известные и популярные информационные каналы с гигантским аудиторным охватом, придерживающиеся разных политических позиций (коммерческое радио «Эхо Москвы» с одной стороны и государственные «Вести FM» и «Маяк» с другой).

«Вести FM»

Информационная радиостанция «Вести FM» начала вещать в Москве пятого февраля 2008 года. (Москва 97,6 МГц, Санкт-Петербург 89,3 МГц).

«Вести FM» всероссийская государственная радиостанция, входит в медиахолдинг Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании (ВГТРК) и вещает в семидесяти городах и населенных пунктах страны. Адрес в интернете www.radiovesti.ru. По нему круглосуточно доступны все программы эфира.

Ежедневно 24 часа в сутки в её эфире новости, комментарии, выступления экспертов, интервью с ведущими экономистами и политиками о важнейших событиях, как в России, так и мире, прямые включения с мест.

Две трети слушателей «Вести FM» - мужчины (61% мужчины, 39% женщины). Аудитория относится к экономически активному населению (18-59 лет). Более 1/3 всех слушателей «Вести FM» - руководители или квалифицированные специалисты с высшим образованием.

Слоган радиостанции «Узнай первым» весьма говорящий и декларирует первоочередные и амбициозные задачи, стоящие перед ней.

Радио «МАЯК»

Государственная радиовещательная компания «Маяк» — одна из самых узнаваемых на территории бывшего СССР. Первый эфир состоялся 1 августа 1964 года. Радиостанция изначально позиционировалась как информационно-развлекательная. В качестве позывных была выбрана мелодия «Подмосковные вечера», которая звучит и по сей день. К 55-летию радиостанции эти позывные прозвучали в эфире более 1 млн. раз и были внесены в Книгу рекордов Гиннесса.

Изначально сетка «Маяка» строилась в соответствии с формулой «5/25» - 5 минут новости, 25 – музыка. Сегодня выпуски новостей по-прежнему выходят с интервалом в полчаса, остальное время занимают познавательные программы, специальные авторские проекты, беседы в студии с известными политиками, экономистами, деятелями культуры и спорта, развлекательные программы, музыка.

Со дня своего основания и по 14 марта 2013 года программы радиостанции принимали на всей территории Советского Союза на длинных, средних и ультракоротких волнах. В настоящее время «Маяк» главным образом выходит в FM-диапазоне (Москва 103,4; Санкт-Петербург 107,0 FM). Эфир доступен также и в сети Интернет на официальном сайте: <https://radiomayak.ru>.

Сегодня волны «Маяка» принимают в 233 городах России, в том числе во всех городах с населением свыше миллиона человек.

По данным компании Mediascope Radio Index Санкт-Петербург за март-май 2018 года мужская аудитория радио «Маяк» составляла 46,9%; женская – 53,1. Возраст от 12-15 лет до 65+.

ГРК «Маяк» входит в состав Всероссийской государственной телерадиокомпания.

В день пятидесяти пятилетия радиостанции « Маяк» заместитель директора филиала ВГТРК ГРК "Радио России" Рустам Вахидов сказал: «Задача "Маяка" состоит в том, чтобы отвечать запросам аудитории, оперативно и в ногу идти с новыми технологиями, быть доступным на всех возможных площадках и устройствах. Мы развиваем производство подкастов, производим не просто самые популярные, но еще и представляем самое большое количество форматов, которые можно слушать не только в автомобиле, дома, но и в любое удобное время».

«Эхо Москвы»

Радиостанция «Эхо Москвы» впервые вышла в эфир 22 августа 1990 года. Это первая российская независимая радиостанция, получившая в таком качестве в Москве лицензию № 1 и работающая в информационно-разговорном формате. Она была зарегистрирована в качестве коммерческого СМИ девятого августа 1990 года благодаря принятому «Закону о печати», который вступил в силу 1 августа 1990 года. Учредителями «Эхо Москвы» на тот момент были Московский городской совет народных депутатов, Ассоциация «Радио», журнал «Огонёк» и факультет журналистики МГУ. С ноября 2001 года радиостанция является частью холдинга «Газпром-медиа».

Сигнал «Эха Москвы» принимают в тридцати городах России (по информации на январь 2017 года). В столичном регионе на частоте 91,2 . На сайте станции по адресу <https://echo.msk.ru/> круглосуточно в режиме онлайн доступны все её программы. Летом 2017 года начал вещание Youtube канал «Эха Москвы». Теперь передачи можно не только слушать, но и смотреть.

В сетке вещания радиостанции новости, беседы с гостями и экспертами, авторские программы на актуальные злободневные темы. В передачах участвуют как российские, так и зарубежные политики, экономисты, часто это люди первого эшелона власти, а также деятели культуры, бизнесмены спортсмены.

Аудитория «Эха Москвы» примерно одинаково разделена между женщинами и мужчинами: 53,2% мужчин, 46,8% – женщин. Социологические исследования говорят о том, что постоянные слушатели имеют высшее образование и стабильное положение в обществе. Главным образом это люди в возрасте от 35-55 лет.

Главный редактор «Эха Москвы» Алексей Венедиктов среди задач, стоящих перед радиостанцией видит следующие: «развитие формата ночного разговорного эфира,

восстановление доверия аудитории к традиционным медиа и взаимодействие последних с соцсетями».

Деление суточного эфира каждой из представленных радиостанций осуществляется следующим образом: с 00:00 - до 06:00 ночной эфир, с 06:00- до 12:00 - утренний, дневной с 12:00— до 18:00 и вечерний с 18:00- до 00:00.

Наиболее интересными для исследователей представляются утренние и вечерние отрезки из-за повышенного слушательского внимания. Дневные эфиры в фокус внимания попадают значительно реже. Этот факт и явился аргументом в пользу их изучения.

Проанализированы будут время выхода программы в эфир, её хронометраж, тематика, жанр, наличие ведущих, гостей, корреспондентов, трансляция программы в прямом эфире или в записи, выразительные средства, интерактивная связь со слушателями. Анализ проводился с 09 по 15 декабря 2019 года.

Дневной эфир на радиостанции «Вести FM» открывает новостной выпуск. Сразу после него по будним дням выходит передача «Железная логика с Сергеем Михеевым». Это второй блок программы. Время её начала 11:00. По словам автора, политолога Сергея Михеева, он делает акцент на «аргументах, с которыми невозможно поспорить, на фактах, которые все расставят по своим местам». В формате диалога обсуждаются острые темы, не связанные зачастую с новостной повесткой дня, но, по мнению автора, актуальные на данный момент времени. Хронометраж – 2 часа (минус новости в начале и середине часа, рекламные споты, отбивки). Главные акценты: политика, экономика. Жанр – ток-шоу. В передаче в качестве собеседника выступает журналист радиостанции «Вести FM» Сергей Корнеевский. Интерактивная связь со слушателями не поддерживается. Программа главным образом выходит в прямом эфире.

С 13 до 15 часов эфир радиостанции заполняют авторские материалы: журналисты «Вести FM» готовят корреспонденции «на злобу дня», рассказывают о том, что интересного произошло в стране и мире. События комментируют эксперты. Это познавательные короткие записные передачи, хронометраж около 4-х минут. Темы самые разные: о пойманной в городе змее, новых правилах ПДД, Новый год в Брюсселе и т.д.

Следом идет проект ученого-востоковеда, экономиста Евгения Сатановского «От трех до пяти». Время выхода в эфир 15 часов (после новостного выпуска). Хронометраж

2 часа (минус новости в начале и середине часа, рекламные споты, отбивки). Типаж передачи в чем-то перекликается с проектом Михеева, хотя тематически и, конечно же, по авторской подаче они совершенно разные. Вопросы, которые Сатановский предлагает к обсуждению своим гостям, касаются разных областей: это и история, экономика, политика, религия, туризм... Свою передачу Сатановский называет «Армагеддон в эфире». Жанр ток-шоу. Для обсуждения тем в студию приглашаются эксперты. Прямой эфир. Интерактива нет.

В 17 часов итоги дня подводит программа «Большой формат». В течение 43 минут об основных событиях дня рассказывают корреспонденты радиостанции. Здесь репортажи, интервью, экспертные мнения. Прямой эфир - ведущая в студии. Материалы корреспондентов – в записи.

По пятницам в 14 часов транслируется программа «Лейтмотив» - события недели в подробностях. Каждый выпуск посвящен одной важной теме, которую в прямом эфире ведущий обсуждает вместе с приглашенными экспертами. Хронометраж 45 минут. Прямой эфир - ведущие в студии, эксперты по телефону.

Также обращает на себя внимание передача «Киевский тупик». Она выходит по четвергам. О будущем Украины ведущий беседует с экспертами. Прямой эфир. Хронометраж 43 минуты.

Тематическое наполнение эфира в выходные и будние дни различается. Программирование дневной субботнее - воскресной сетки на радио «Вести FM» выглядит следующим образом:

По субботам в эфир выходит передача «От Микояна до Мамиконяна». Мушег Мамиконян, президент Мясного совета Единого экономического пространства (ЕЭП), соавтор программы, так обозначает её цель: «Мы едим каждый день, но что мы знаем о том, что лежит на наших тарелках?». Об этом раз в неделю он повествует, отвечая на вопросы журналиста в студии «Вестей» в прямом эфире.

Обо всех сильных и слабых сторонах автомобилей рассказывает в своей авторской передаче «Народный тест драйв» и отвечает на вопросы слушателей в прямом эфире автожурналист Александр Андреев по субботам и воскресеньям.

Еще одна субботняя программа «Национальный вопрос». Её анонс звучит следующим образом: «Завернутый в лаваш Восток, увлеченный амбициями Запад,

преданный первобытности Юг, приученный к процветанию Север. Отправляйтесь на все четыре стороны вместе с ведущими «Вестей FM».

В воскресной передаче «Параллели» в течение 40 минут журналисты радиостанции «обращаются к прошлому, чтобы понять, что происходит с нами прямо сейчас и что делать дальше». Прямой эфир.

Как сохранить природные ресурсы рассказывает воскресная программа «Природоведение». В студии в прямом эфире один из её авторов председатель Комитета Госдумы по природным ресурсам, собственности и земельным отношениям Николай Николаев, комментарии приглашенных экспертов по телефону.

В субботу и воскресенье, можно послушать «Недельный отчет» - 45 минут о политических итогах недели. Их в прямом эфире журналисты радиостанции подводят совместно с приглашенными экспертами.

В свое время главный продюсер радиостанции Анатолий Кузичев говорил: «каждая радиостанция - в своем сегменте, кто-то упор на экономику делает, кто-то живет за счет оппозиционного флера. А вот такого спокойного, круглосуточного аналога CNN в эфире нет, и мы надеемся эту нишу занять».

Эфир радиостанции подтверждает стремление руководства «Вестей FM» стать лидером глобального информационного вещания. При этом весомую часть эфира составляют и аналитические программы, что подтверждает информационно-аналитическую направленность радиостанции, где новости соседствуют с аналитическими передачами [6, с.82].

У каждой программы свое оформление: заставка, музыкальная подложка, отбивки. Интерактивное общение со слушателями в дневном эфире минимально. По тематической направленности «Вести FM» является универсальной радиостанцией.

Так же как и в «Вестях FM» дневной эфир «Эха Москвы» составляют информационные, аналитические, просветительские и познавательные программы. Приступая к разбору эфирной сетки радиостанции «Эхо Москвы», хотелось бы особенно отметить новостное вещание. Новости это конёк этой радиостанции. Их отличает сверх оперативность, широчайший спектр и отсутствие заданности в подборе тем. Журналисты рассказывают о том, о чем они считают необходимым, и не берут в выпуски то, что «положено» или то, что «надо» взять. Обращает на себя внимание и свободная, современная, не «протокольная» манера ведения эфира.

В дневном отрезке «Эха Москвы» присутствуют пять информационных программ: в 12:00, 13:00, 14:00, 17:00 – хронометраж до 10-ти минут; в 18:00 – Большая информационная программа, хронометраж до 30 минут. Это самая яркая и наполненная новостная передача радиостанции. Новостные выпуски в дневном отрезке выходят в эфир в 13:30, 14:30, 15:00, 15:30 и 16:30. Хронометраж 3-4 минуты. Новости и информационные программы идут в прямом эфире. В информационные программы включаются комментарии экспертов, репортажи корреспондентов «Эха» с места события.

Первый час дневного эфира по будним дням здесь наполнен записными материалами длительностью от 3 до 10 минут, среди которых есть и рекламные, и материалы «на правах рекламы». Иногда такие передачи могут занимать 20 минут и более. В числе записных программ дневного эфира: «Эхонет» об интересных и полезных сайтах интернета; «Во саду ли, в огороде», передача о том, «как получить самый лучший урожай, сделать заготовки на зиму и украсить свой участок цветами»; «Ну, и денёк» о том, что происходило в этот день 10, 20, 100 лет назад; «Будем здоровы»; «Люди и деньги» и т.д. Некоторые программы идут в повторах.

После 13-ти часового информационного выпуска выходит программа «Стрелок». Хронометраж 25 мин. Прямой эфир. Как сообщает сайт «Эха Москвы» «цель программы – формирование оружейной культуры в стране. Программа о владении легальным оружием, правилам его применения, технике безопасности, законодательстве и тенденциях». Помимо ведущего в студии присутствуют эксперты. Интерактивная связь со слушателями поддерживается.

Отрезок с 14-ти до 19-ти часов в сетке вещания обозначен, как «Дневной интерактивный эфир».

В 14.10 начинается программа для автомобилистов «Гараж». Хронометраж 40-45 мин. Прямой эфир. Помимо ведущего в студию приглашаются эксперты. Интерактивная связь со слушателями присутствует.

Следующий прямой эфир – программа «Персонально Ваш». Начало после 15-часового выпуска новостей. Хронометраж 50 минут. Жанр интервью. В формате вопросов и ответов (ведущий в студии, приглашенные гости, эксперты в студии или по телефону) обсуждаются актуальные, острые политические, экономические, культурные темы.

После 16-часового выпуска новостей выходит в эфир программа «Изнанка». В студии «профессионалы своего дела раскрывают секреты своей специальности, развеивают мифы и отвечают на неудобные вопросы». С ними беседует журналист «Эха». Хронометраж 50 минут. Программа идет в записи. Жанр интервью.

Завершает дневной эфир передача «Особое мнение». Хронометраж 50 минут. Прямой эфир. В студии в прямом эфире беседуют журналист радиостанции и приглашенный гость. В фокусе беседы наиболее важные темы уходящего дня и не только. Затрагиваются все интересующие аудиторию вопросы.

Так выглядит сетка вещания в будние дни. Анализ проводился с 06 по 22 декабря 2019 года.

В выходные дни на «Эхе Москвы» наблюдается тематически более разнообразный эфир. По сравнению с будними днями больше программ социальной, культурной направленности, обращают на себя внимание передачи на тему образования, благотворительности. Все информационные и новостные передачи остаются на своих местах.

Среди программ выходного дня можно отметить: «Будем наблюдать», выходит по субботам в 13.10, хронометраж 47 мин. О наиболее значительных событиях в России и мире в студии в прямом эфире беседуют ведущий – журналист радиостанции и главный редактор Алексей Венедиктов. Интерактивное общение поддерживается путем ответов в режиме on-line на вопросы слушателей, которые во время эфира поступают на сайт радиостанции. Жанр передачи интервью.

После 17-ти часовой информационной программы по субботам идет передача «Чувствительно». Радиостанция анонсирует её так: «Говорят, что лучшая помощь, которую компания может оказать благотворительности – это подарить услугу из той сферы, в которой она считается профи. Раз в неделю «Эхо Москвы отдаёт час своего эфира ради общественного блага». Жанр интервью. В студии в прямом эфире беседуют журналисты «Эха» и приглашенные гости, представитель благотворительных фондов и связанных с ними структур. Прямой эфир.

В воскресенье после 12-ти часовой информационной программы выходит историческая программа «Не так». Темы обсуждений касаются «крупных событий и периодов российской истории». Прямой эфир, хронометраж 40 мин. Это авторская

программа историка Алексея Кузнецова, которую помогает вести, присутствующий в студии журналист радиостанции.

Также в воскресной сетке передачи «Родительское собрание», в которой обсуждаются вопросы образования, хронометраж 42 минуты; «Культурный шок» о перипетиях культурной жизни, хронометраж 48 минут; «Книжное казино» о книгах и их авторах, хронометраж 35 минут. Все названные передачи идут в прямом эфире, жанр интервью.

Совершенно очевидно, что содержательно эфирная сетка выходного дня, как на «Эхе Москвы», так и в «Вестях FM» значительно богаче, ярче и разнообразнее по сравнению с будними днями [7, с.96-110].

Дневной эфир радиостанции «Эхо Москвы» демонстрирует верность «базисным принципам редакционной политики: приоритет новостей, оперативные сведения, разделения фактических данных и комментария, глубокая и аргументированная аналитика, представляющая различные точки зрения» [3].

Особняком в ряду названных радиостанций стоит «Маяк». Изначально формат «Маяка» был ориентирован на новости и музыку. В Постановлении ЦК КПСС ««Об улучшении информации на радио», которое вышло 24 июня 1964 года, за месяц и шесть дней до первого эфира «Маяка», говорилось: «Программа передач радио «Маяк» должна содержать оперативную информацию (не реже двух выпусков в час) о важнейших событиях экономической, политической, культурной жизни в СССР и зарубежных странах, краткие комментарии на тему дня, новости спорта, репортажи, интервью ... Репертуар радиопрограммы «Маяк» должен состоять также из коротких передач симфонической и эстрадной музыки, народных, советских и зарубежных песен, номеров эстрады, коротких рассказов и композиций». То есть радиостанция планировалась, как информационно-музыкальная. Этим «Маяк» и сегодня отличается от информационно-аналитических «Вестей FM» и «Эха Москвы» [8]. В разные годы соотношение музыки и новостей на «Маяке» было разным. В течение первых десятилетий – 5/25, то есть в получасовке 5 минут новости, 25 – музыка. Были годы, когда количество музыки существенно уменьшалось. Её место занимали комментарии, аналитические программы. Сегодня музыка вновь украшает эфиры этой старейшей радиостанции. Дневная сетка её вещания на момент анализа (декабрь 2019 года) выглядела следующим образом. Дневной эфир разбивается на трехчасовые фрагменты. В будние дни, например, с 11-ти

до 14-ти часов в эфире программа «Физики и лирики». Прямой эфир. В студии ведущие, журналисты «Маяка» и приглашенные гости. Здесь нет в прямом смысле физиков и лириков. А есть фейерверк любопытных тем, которые подбрасывает сама жизнь. Жанр – беседа. Ещё один трехчасовой эфир в сетке именуется как шоу Каратаева и Махарадзе. Время выхода в эфир с 14-ти до 16-ти часов. Прямой эфир. Журналисты и гости в студии. Темы литература, музыка, история... Привязки к информационной повестке дня, как и в предыдущей программе, нет. Только все, что может заинтересовать радиослушателя. Кстати предыдущая программа также называется шоу. В буквальном смысле шоу – это мероприятие развлекательного характера. Шоу «Маяка» имеют своей целью просвещая развлекать. Анализ показал, что на радиостанции большое внимание уделяется программам на тему образования, воспитания подростков. В качестве примера можно привести «Школьную программу для взрослых», которая выходит по выходным дням. В субботу и воскресенье такие передачи занимают большую часть эфира.

Каждая программа начинается с заставки, в которой фигурирует название передачи, её рубрики. В течение дня выходят анонсы передач, которые сопровождаются музыкальным сопровождением. Новостные блоки выходят с интервалом в 30 минут. Интерактивная составляющая «Маяка» значительна по сравнению с «Вестями FM» и «Эхом Москвы».

Опираясь на результаты исследования можно констатировать, что контент-стратегии дневных эфиров «Вестей FM» и «Эха Москвы» во многом близки. Отличаются они лишь политическим флером, что обусловлено государственной принадлежностью «Вестей FM» со всеми вытекающими последствиями и оппозиционным имиджем коммерческого «Эха Москвы». Анализ показал, что особенность построения сеток вещания обеих радиостанций заключается в том, что значительное внимание уделяется новостной составляющей эфиров, их расширение, анализ, комментирование находят отражение в последующих аналитических передачах. Очевидна тематическая и жанровая близость программ, которые в основном выходят в формате ток-шоу [9,с.152]. Часто звучат комментарии, интервью, в то время как жанр классического репортажа практически отсутствует. Его заменяет рассказ корреспондента по телефону с участием экспертов и очевидцев событий. На обеих радиостанциях широкая палитра освещаемых тем: политика, экономика, бизнес, культура, спорт и т.д. Таким образом, можно резюмировать, что при программировании эфиров руководство

обеих радиостанций ставит перед собой информационные, общественно-политические, образовательные цели и просветительские цели, что находит отражение в передачах дневного эфира. Реализация этих целей осуществляется именно в приведенной последовательности. Однако нельзя не отметить, что политический градус и политическая тематика в дневных эфирах «Эха Москвы» выше и присутствует в больших объёмах по сравнению с «Вестями FM».

Еще одним результатом исследования стала фиксация следующих фактов: в качестве выразительного средства на обеих радиостанциях главным образом выступает речь, как ведущих, так и экспертов. Выразительность, краску и динамику эфирам придают анонсы, музыкальные подложки, отбивки, проморолики.

Проведенный анализ показал, что нельзя ставить знак равенства между задачами, которые стоят перед музыкально-информационной радиостанцией «Маяк» с одной стороны и теми, которые призваны решать информационно-аналитические «Вести FM» и «Эхо Москвы». Единственное, что их объединяет это то, что все три радиостанции работают в формате разговорного радио. Но на «Маяке» практически нет политики. Одновременно много программ, которые образуют и просвещают. В отличие от аналогичных передач «Эха Москвы» и «Вестей FM», «Маяк» в большей степени использует игровую, развлекательную стилистику, повышая, таким образом, уровень вовлеченности аудитории, как количественного показателя её реакции на контент радиостанции [2,45-50].

Руководство ВГТРК, приступив в 2007 году к реорганизации «Маяка», поставило перед собой цель омолодить его аудиторию. Изучив изменение аудиторного состава «Маяка» за годы его «перестройки», можно подтвердить, что именно формат шоу, который позволяет доступно и весело рассказывать о серьёзном и важном и в значительном объеме присутствует на «Маяке», работает на привлечение слушателей 30+ и моложе.

Литература

- 1.Радиожурналистика: Учебник/[под ред. А.А. Шереля].- М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000. -480 с. – С. 366-384, 455-460.
- 2.Арсланова О. Р. Особенности современного информационного радиовещания в России // Вестн. РУДН. Сер. Литературоведение, журналистика. 2009. №. 2. С. 45-50.

3. Бубукин А. Форматы радиостанций. Как определить свой формат / А. Бубукин / Сайт «Радиовещательные технологии» - (<http://www.radiostation.ru/music/format.html>)
4. Гулидов, Р. Форматы радиостанций / Р. Гулидов / Сайт «Клуб радио» - (<http://www.guzei.com/radio/journal/article/format.php>)
5. Шкондин М. В. Информационный потенциал общества и концепты целостности медиасистемы // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. Т. 4. No 4. С. 335–348.
6. Смирнов В. В. Система жанров радиожурналистики: Учеб. пособие. М.: РИО ИПК работников телевидения и радиовещания, 2004. 82с.
7. Образцова А. Ю. Особенности оценки качества журналистского материала редакторами и журналистами информационных и информационно-разговорных радиостанций // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. No 4. С. 96–110.
8. Лазутина Г. В. Журналистика в информационном поле России (по итогам исследования) // Медиаскоп. 2018.
9. Филд С. Как писать для радио и телевидения / пер. с англ. И. Верхолевой. М.: НМО ГКРТ, 1963. 152 с.

УДК 378.02:37.016

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ РАБОТЕ С ТЕКСТОМ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РКИ

THE USE OF INTERACTIVE TEACHING METHODS WHEN WORKING WITH THE TEXT ON THE LESSONS OF RFL

Кульбашина Е.В.,^{*}

Чухлебова И.А.^{**}

В статье рассматривается вопрос об использовании интерактивных методов обучения русскому языку иностранных военнослужащих. Положительный результат практического применения интерактивных методов обучения позволяет моделировать конструктивное и продуктивное педагогическое взаимодействие. При реализации интерактивных методов доминирует деятельность обучающихся. Преподаватель является фасилитатором, помогая обучающимся в организации мыследеятельности, смыслов творчества.

Анализ опыта практической реализации интерактивных методов позволяет выделить их дополнительные признаки: антропологическую направленность, полилогизацию, диалогизацию, мыследеятельность, смыслов творчества, свободу выбора, позитивность, вариативность, рефлексивность. Например, интерактивный метод «Мозайка» используется на практических занятиях по дисциплине «Русский язык» и способствует

^{*} Кульбашина Елена Валерьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка Военно-учебного научного центра Военно-воздушных сил «Военно-воздушной академии им. проф. Н.Е. Жуковского и Ю.А. Гагарина» (г. Воронеж), e-mail: elenakulbashnaja@rambler.ru

Kulbashnaya Elena Valeryevna, candidate of philological sciences, associate Professor of the Russian language Department of the Military educational scientific center of the Air force " Air force Academy. prof. N.E. Zhukovsky and U. A. Gagarin" (Voronezh), e-mail: elenakulbashnaja@rambler.ru

^{**} Чухлебова Ирина Александровна, доктор педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой русского языка Военно-учебного научного центра Военно-воздушных сил «Военно-воздушной академии им. проф. Н.Е. Жуковского и Ю.А. Гагарина» (г. Воронеж), e-mail: chuhlebova_irina@mail.ru

Chuhlebova Irina Aleksandrovna, doctor of pedagogical sciences, associate Professor, head of the Department of Russian language of the Military educational scientific center of the Air force " Air force Academy. prof. N.E. Zhukovsky and U. A. Gagarin" (Voronezh), e-mail: chuhlebova_irina@mail.ru

развитию аналитических умений обучающихся, индивидуального осознанию информации, интенсифицирует мышление, коммуникацию через организацию мыследеятельности.

Использование интерактивного метода «Мозайка» позволяет активизировать работу с текстом; преподаватель имеет возможность контролировать понимание обучающимся содержательной стороны текста и систематизировать речевые умения и навыки.

Для формирования навыка работы с текстом используются предтекстовые и послетекстовые упражнения. В качестве послетекстовой работы используется еще один интерактивный метод «Заверши фразу», способствующий оперативному включению обучающихся в речевую практику, позволяющий осмысливать содержательную сторону прочитанного (художественного или научного текста).

Педагогическая технология проведения учебного занятия в интерактивном режиме представляет собой комплекс и последовательность реализации различных интерактивных методов в целях оптимального развития обучающихся и интенсификации учебного процесса в целом.

Реализация интерактивного метода адаптируются преподавателем для определенной группы иностранных обучающихся и направлена на выработку речевых навыков, зависящих от особенностей национального языка.

Таким образом, работа с текстом в аспектном преподавании русского языка как иностранного формирует у обучающихся умения и навыки в отработке одного из видов речевой деятельности – чтения.

The article deals with the use of interactive methods of teaching Russian to foreign military personnel. The positive result of the practical application of

interactive teaching methods allows you to model a constructive and productive pedagogical interaction. In the implementation of interactive methods is dominated by the activities of students. The teacher is a facilitator helping students in the organization of mental activity, meaningful work.

The analysis of the experience of practical implementation of interactive methods allows us to identify their additional features: anthropological orientation, polylogization, dialogization, myslezheyatel'nost, sense-making, freedom of choice, positivity, variability, reflexivity. For example, the interactive method "Mozayka" is used in practical classes on the discipline "Russian language" and contributes to the development of analytical skills of students, individual awareness of information, intensifies thinking, communication through the organization of mental activity.

Using the interactive method "Mozayka" allows you to activate the work with the text; the teacher has the ability to control the students' understanding of the content of the text and systematize speech skills.

Pre-text and post-text exercises are used to develop the skill of working with text. As a post-text work, another interactive method is used, "complete the phrase", which contributes to the rapid inclusion of students in speech practice, allowing them to comprehend the content of the read (artistic or scientific text).

Pedagogical technology of conducting an interactive training session is a complex and sequence of implementation of various interactive methods in order to optimize the development of students and the intensification of the educational process as a whole.

The implementation of the interactive method is adapted by the teacher for a certain group of foreign students and is aimed at developing speech skills that depend on the characteristics of the national language.

Thus, working with the text in the aspect of teaching Russian as a foreign language forms students ' skills in working out one of the types of speech activity – reading.

Ключевые слова: *военное образование, РКИ, интерактивные методы обучения, аспектное обучение, работа с текстом, педагогическая технология, речевые умения и навыки.*

Key words: *military education, RFL, interactive teaching methods, aspect training, work with text, pedagogical technology, speech skills.*

DOI 10.37691/2619-0265-2020-0-1-110-119

Преподаватели РКИ (русского языка как иностранного), работая с иностранными обучающимися, прививают им языковые и коммуникативные знания и навыки. Аспектом языка в методике считаются составные компоненты языковой системы: фонетика, лексика, словообразование, морфология, орфография, синтаксис. Обучение одному из аспектов называется аспектным обучением. Преподавание русского языка как иностранного предполагает, что фонетика, лексика, грамматика, стилистика отрабатываются фрагментарно на каждом учебном занятии. Дополнительно выделяются такие аспекты как лингвострановедение и работа с текстом (художественным или научным).

Речевая деятельность не существует без использования языковых средств, так как языковые средства – «строительный материал» для появления и восприятия речи [1].

Аспектное обучение используется на всех этапах изучения русского языка. Комплексное занятие состоит из фонетической разминки, грамматического материала, лексики. В ходе занятия отрабатываются языковые явления разных системных уровней с выходом в речь. Такое

обучение направлено на дифференцированное формирование речевых навыков и умений.

Целью аспектного обучения является формирование фонетической, лексической, грамматической компетенций, выход в речевую практику. Интенсифицировать данное обучение можно посредством использования интерактивных методов. Интерактивное обучение дает преподавателю возможность качественно изменить организуемое педагогическое взаимодействие, сделать процесс обучения привлекательным, укрепить положительную мотивацию обучающихся, создать условия для саморазвития. Результат реализации интерактивных методов обучения в педагогическом процессе – состоявшееся взаимодействие преподавателя и обучающихся.

Интерактивные методы обучения используются при обучении русскому языку иностранных военнослужащих, моделируя конструктивное и продуктивное педагогическое взаимодействие. Положительный результат практического применения интерактивных методов обучения преподавателями кафедры русского языка военного вуза позволяет включать интерактивные методы в педагогическую технологию. Неоднократное использование того или иного интерактивного метода позволяет педагогу выявлять развивающийся потенциал того или иного интерактивного метода, определять его возможности в решении конкретной педагогической задачи, компетентно адаптировать методы как к разнообразному содержанию учебного материала по дисциплине «Русский язык», так и к отдельной многонациональной учебной группе.

Ключевым понятием, определяющим смысл интерактивных методов, является «взаимодействие» (непосредственная межличностная коммуникация, важная особенность которой – способность человека «принимать роль другого») [2]. Интерактивные методы усиливают

педагогическое взаимодействие, взаимовлияние участников педагогического процесса. Интерактивное педагогическое взаимодействие направлено на изменение, совершенствование моделей поведения и деятельности участников педагогического процесса; характеризуется высокой степенью интенсивности общения его участников, их коммуникации, обменом деятельностью, сменой и разнообразием видов, форм и приемов деятельности, целенаправленной рефлексией участниками своей деятельности, состоявшегося взаимодействия.

При реализации интерактивных методов доминирует деятельность обучающихся. Преподаватель не транслирует готовую информацию, а организует самостоятельную познавательную деятельность, побуждает к поиску, исследованию языковых явлений и процессов, самостоятельному решению коммуникативных проблем. Функция педагога – создание условий для проявления обучающимися активности, познавательной инициативы. Преподаватель – фасилитатор (т.е. помощник в организации мыследеятельности, смыслов творчества, рефлексивной деятельности обучающихся) [3].

Анализ практической реализации интерактивных методов при обучении русскому языку как иностранному позволяет выделить дополнительные их признаки: антропологическую направленность, полилогизацию, диалогизацию, мыследеятельность, смыслов творчество, свободу выбора, ситуацию успеха, позитивность, вариативность, рефлексивность и др.

Интерактивный метод «Мозаика» используется на практических занятиях по дисциплине «Русский язык». Данный интерактивный метод активизирует работу с текстом, развивая аналитические умения, индивидуальное сознание, мышление, навык общения, коммуникацию через организацию смыслов творчества, мыследеятельности, диалога. Данный метод

применим в группе, где количество обучающихся не превышает 30 человек. Время реализации интерактивного метода «Мозаика» составляет до 1,5 часов (соответствующий интервал времени и отводится на работу с текстом в группе иностранных обучающихся на подготовительном курсе). Чтобы реализовать данный метод, преподавателю необходимо заранее подготовить текст, разделить его на несколько смысловых частей. С которым предстоит работать обучающимся. Затем преподаватель предлагает обучающимся объединиться в рабочие группы в соответствии с количеством смысловых частей (абзацев в тексте). После прочтения фрагмента текста в каждой рабочей группе организуется пересказ для восприятия содержания другими участниками рабочей группы. Таким образом, реализуется принцип взаимообучения. Далее создаются рабочие группы нового состава, количество которых также соответствует количеству смысловых частей выбранного текста. В составе новых групп работают участники, работавшие на предыдущем этапе. Исходя из общей численности учебной группы и деления текста на части, численность каждой группы составляет 3-5 человек.

В течении 5-10 минут иностранные обучающиеся готовят презентацию своего фрагмента текста (обсуждают, выделяя главное, осознавая смысл, подбирая примеры и речевые иллюстрации). Далее под руководством преподавателя организуется пересказ каждого фрагмента текста. Их отдельных частей, как из «мозаики» складывается общий сюжет («образ») текста. После пересказа организуется рефлексия состоявшегося взаимодействия.

«Руководящая роль преподавателя, - по мнению Г.К. Воеводской, - выражается прежде всего в том, что он умеет предвидеть, правильно сформулировать учебные цели и целенаправленно работать» [4]. Преподаватель РКИ должен обладать высоким уровнем профессионализма, уметь организовывать и активизировать работу обучающихся [5]. Характер

педагогического управления должен постоянно меняться, поэтому, используя различные интерактивные методы обучения, преподаватель имеет возможность компоновать учебный материал с учетом национальных особенностей и языковых способностей обучающихся, формируя продуктивную модель обучения.

Работа с текстом осуществляется в несколько этапов. Поэтому использование интерактивного метода «Мозаика» способствует как снятию страноведческих, так и лексических трудностей. Чтение текста рекомендовано преподавателями РКИ в качестве задания обучающимся на самостоятельную подготовку, а аудиторная работа сосредоточена на пересказе, ответах на вопросы по прочитанному. Если объем текста включает несколько логически завершенных частей, то интерактивный метод «Мозаика» позволяет подробно остановиться на каждой части, так как ее представляет определенная рабочая группа. Преподаватель имеет возможность контролировать понимание обучающимися содержательной стороны текста и систематизировать речевые умения и навыки. На завершающем этапе работы с текстом преподаватель может предложить обучающимся вопросы и задания, адресованные к каждой рабочей группе, направленные на выявление главной мысли прочитанного и субъективное отношение обучающихся к авторской идее. Это могут быть задания типа: «Согласитесь или возразите...», «Как вы считаете...» и т.п.

Для формирования навыка работы с тестом используются предтекстовые и послетекстовые упражнения. В качестве послетекстовой работы может использоваться еще один интерактивный метод «Заверши фразу». Данный интерактивный метод способствует оперативному включению обучающихся в речевую практику при работе с художественным или научным текстом. Количество участников в данном методе совпадает с предыдущим, в нем может быть задействовано до 30 человек (учебная группа

в полном объеме). Специального оборудования интерактивный метод «Заверши фразу» не требует. Преподаватель озвучивает начало фразы, связанной по смыслу с прочитанным ранее текстом, и предлагает обучающимся завершить ее. Например, «Армия в моем представлении – это...», «Осознавая себя частью общества, я...», «Человек без природы...» Далее каждый участник произносит начало фразы и завершает ее. Завершает реализацию метода преподаватель, предлагая свой вариант завершения фразы. Преподаватель заранее составляет фразы отталкиваясь от содержания текста, уровня обученности, национальных особенностей обучающихся. Интерактивный метод «Заверши фразу» используется в целях организации смыслов творчества и мыследеятельности, организуя рефлексивную деятельность обучающихся.

Таким образом, работа с текстом в аспектном преподавании русского языка как иностранного формирует у обучающихся целостное представление о прочитанном, позволяет осмысливать содержательную сторону и систематизирует умения и навыки в отработке вида речевой деятельности – чтения.

Литература

1. Крычкова Л.С. Практическая методика обучения русскому языку как иностранному: уч. пособие / Л.С. Крычкова, Н.В. Мощинская – 5-е издание. – М.: Флинта: Наука, 2014. – 480 с.
2. Панина Т.С. Современные способы активизации обучения: уч. Пособие. 4-е издание. – М.: Изд. центр «Академия», 2008. – 176 с.
3. Чухлебова И.А., Кульбашная Е.В. Фонетическая игра как разновидность интерактивных методов обучения иностранных

военнослужащих русскому языку // «Известия ВГПУ» секция: Педагогические науки. – 2018. № 8 (131), С. 48-51.

4. Воеводская Г.К. Целенаправленность в деятельности преподавателя высшей школы (на материале преподавания иностранного языка). АКД: Л., 1974. С. 11.

5. Пассов Е.И., Кузовлев В.П. и др. Мастерство и личность учителя. На примере деятельности учителя иностранного языка. М.: Флинта: Наука, 2001. – 240 с.

УДК 159.9.075

**ИССЛЕДОВАНИЕ БАЗОВЫХ ТИПОВ МЫШЛЕНИЯ И УРОВНЯ
КРЕАТИВНОСТИ У ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ДВУХ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ГРУПП**

**RESEARCH OF BASIC TYPES OF THINKING AND LEVEL OF
CREATIVITY IN REPRESENTATIVES OF TWO PROFESSIONAL
GROUPS**

Романов В. В.,^{*}
Черникова Е. Ф.^{**}

В статье обсуждается актуальность проблемы креативности специалистов в условиях инновационных преобразований современной России.

Цели исследования включали: сравнительную оценку типов мышления и уровней креативности у студентов-медиков и менеджеров по продажам; разработку и апробацию проекта программы психологической помощи, направленной на развитие образного мышления и факторов личностной креативности у менеджеров по продажам.

В исследовании принимали участие две группы испытуемых – 38 студентов старших курсов медицинского университета и 20 менеджеров

^{*} **Романов Вениамин Вячеславович** – кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой общегуманитарных дисциплин, АНО ВО Нижегородский институт (филиал) Московского гуманитарно-экономического университета, e-mail: fool56@yandex.ru

Veniamin V. Romanov - candidate of philosophy, associate Professor, head of the Department of General humanitarian disciplines, Moscow University of Humanities and Economics (branch), Nizhny Novgorod, e-mail: fool56@yandex.ru

^{**} **Черникова Екатерина Федоровна** – кандидат медицинских наук, старший научный сотрудник лаборатории гигиены и анализа риска с группой физических методов исследования отдела гигиены, e-mail: chernikova_ef@mail.ru; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0565-4551>

Ekaterina F. Chernikova - holder of a Doctorate degree in Medicine, Senior Researcher at the Laboratory of hygiene and risk analysis with the group of physical research methods of the Hygiene Department, e-mail: chernikova_ef@mail.ru; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0565-4551>

по продажам. Исследование состоит из 3 этапов (начального, формирующего и контрольного).

Психодиагностика показателей интеллектуальной сферы испытуемых была проведена с помощью стандартных опросников: «Определение типов мышления и уровня креативности» и «Диагностика личностной креативности». Результаты психодиагностики подвергались качественному анализу и математико-статистической обработке с вычислением *t*-критерия Стьюдента.

Представлен краткий проект информационного и тренингового блоков программы психологической помощи менеджерам по продажам.

Эффективность программы аргументирована результатами сравнительной психодиагностики изучаемых показателей интеллектуальной сферы менеджеров по продажам до и после её проведения. Разработаны рекомендации прикладного характера.

The article discusses the relevance of the problem of creativity of specialists in the conditions of innovative transformations in modern Russia.

The objectives of the study included: a comparative assessment of the types of thinking and levels of creativity in medical students and sales managers; development and testing of a draft program of psychological assistance aimed at developing creative thinking and factors of personal creativity in sales managers.

The study involved two groups of subjects-38 senior medical students and 20 sales managers. The study consists of 3 stages (initial, formative, and control).

Psychodiagnostics of indicators of the intellectual sphere of the subjects was carried out using standard questionnaires: "Determination of types of thinking and level of creativity" and "Diagnostics of personal creativity". The

results of psychodiagnostics were subjected to qualitative analysis and mathematical and statistical processing with the calculation of the Student's t-test.

A brief draft of the information and training blocks of the program of psychological assistance to sales managers is presented.

The effectiveness of the program is justified by the results of comparative psychodiagnostics of the studied indicators of the intellectual sphere of sales managers before and after its implementation. Recommendations of an applied nature have been developed.

Ключевые слова: *креативная личность, интеллектуальная сфера, типы мышления, менеджер по продажам, студенты-медики*

Key words: *creative personality, intellectual sphere, types of thinking, sales Manager, medical students*

DOI 10.37691/2619-0265-2020-0-1-120-132

Социально-экономические условия ведения бизнеса в России и внедрение цифровой экономики требуют от современного специалиста целеустремленности, стрессоустойчивости, инициативности, интуиции, умения рисковать и ответственности – совокупности инновационно-креативных качеств, которые обеспечивают эффективность деятельности [1-6, 8, 14]. Понятие «креативная личность» исследователи связывают с «инновацией», «творчеством», «креативом» и обозначают **им** способность человека к творческой деятельности, производством материально-духовных ценностей – художественно-эстетических идей, произведений, формообразований предметной среды. Конкурентоспособность предприятия обусловлено производством товаров и их продвижением и зависит от профессиональной креативности и бизнес-креативности

сотрудников [14]. Авторами выделены личностные черты креативных людей: интеллектуальная активность, самокритичность, оптимизм, самоуважение, трудолюбие (целеустремленность, планомерность работы, усидчивость, аккуратность), любознательность, склонность к риску, авантюризм, потребность в росте, высокая самооценка и др. [7, 12].

Креативный специалист способен отказаться от стереотипов и изменять поведенческие стереотипы, а также обращаться за профессиональной помощью психолога. Психологическая помощь — это процесс, направленный на гармонизацию личности, ситуации, системы посредством организации специальных отношений между специалистом и обратившимся за помощью клиентом [5, 7, 15]. В литературе отмечается, что готовность клиента к психологической помощи является сложным личностным образованием и включает в себя ряд составляющих: наличие и признание проблемы; осознание недостаточности собственных ресурсов для решения проблемы и желание принять помощь со стороны для того, чтобы решить проблему [11, 12, 14].

Психологическая помощь менеджерам по развитию интеллекта и креативности может быть осуществлена в нескольких направлениях: психологическое просвещение (информационный блок - позитивные установки, расширение кругозора, повышение психологической культуры), тренинги интеллекта (активное обучение и развитие профессиональных умений, знаний, навыков и социальных установок энергичного мыслителя) и консультирование.

Тренинг интеллекта — это игры для ума, они представляют специфические техники, либо приемы, которые наглядно демонстрируют, каким образом можно вырабатывать новые идеи, их развитию и видоизменению идеи до тех пор, пока не будет выработана новаторская

идея, открыты новые возможности в бизнесе, найдены решения проблемы. Техники развития качеств творческого специалиста сочетают в себе концепции интуитивного (создание новой информации средствами прозрения, интуиции, воображения) и линейного (структурирование информации) мышления, которые в равной степени нужны для оптимального творческого процесса. Известно, что левое полушарие у индивида «мыслит» символами и словами, а правое «мыслит» образами. Линейные игры для ума нацелены на функцию левого полушария, интуитивные нацелены на функцию правого полушария. Левое полушарие информацию обрабатывает последовательно, фрагмент за фрагментом. Правое полушарие воспринимает информацию в целом, на интуитивном уровне. Выбор интуитивных и линейных игр важно для применения преимуществ и левого и правого полушарий мозга. Тренинги (групповая психотерапия) способствуют повышению развития интеллекта и уровня креативности у сотрудников [9, 10, 12, 13, 15].

Психологическое консультирование ориентировано на помощь клиенту в разрешении определенной проблемной ситуации, дает возможность расширить его представления о различных аспектах своей креативности, а также социальных навыков.

Цели исследования: сравнительная оценка типов мышления и уровней креативности у студентов-медиков и менеджеров по продажам; разработка и апробация проекта программы психологической помощи, направленной на развитие образного мышления и факторов личностной креативности у менеджеров по продажам.

Материал и методы исследования. В исследовании принимали участие две группы испытуемых – студентов старших курсов медико-профилактического факультета (38 студентов) ФГБОУ ВО «Приволжский

исследовательский медицинский университет» Минздрава России (г. Нижний Новгород) и 20 менеджеров по продажам одной из торговых организаций (г. Нижний Новгород) в возрасте от 20 до 30 лет со стажем работы от 2 до 10 лет.

Психодиагностический инструментарий включал стандартные тесты: опросник «Определение типов мышления и уровня креативности» (Дж. Брунер) и «Диагностика личностной креативности» (Е.Е.Туник). Результаты психодиагностики подвергались качественному анализу и математико-статистической обработке с вычислением t-критерия Стьюдента.

Опросник «Определение типов мышления и уровня креативности» (творческих способностей) позволяет определить базовый тип мышления (предметное, образное, знаковое или символическое) и измерить уровень креативности у взрослых. Доминирующий тип мышления позволяет прогнозировать успешность в той или иной сфере профессиональной деятельности. Уровень креативности и базового типа мышления разбивается на три интервала: низкий уровень (0-5 баллов), средний уровень (6 – 9 баллов), высокий уровень (10 – 15 баллов).

Цель методики *«Диагностика личностной креативности»* состоит в оценке личностной креативности испытуемых, или выраженности четырех особенностей творческой личности, основных критериальных проявлений факторов: любознательность (Л); воображение (В); сложность (С) и склонность к риску (Р).

Результаты и их обсуждение. Психологическая помощь менеджерам торговой организации состояла из 3-ёх этапов (начальный, формирующий и контрольный), каждый из которых был направлен на решение различных задач, состоял из особых методов и приемов.

На начальном этапе проводилась сравнительная психодиагностика типов мышления и уровней креативности у двух групп испытуемых. Во 2 и 3 этапах принимали участие менеджеры по продажам торговой организации.

Формирующий этап нацелен на разработку и апробацию программы психологической помощи менеджерам по продажам.

На контрольный этап исследования (3 этап) проводилась оценка эффективности программы психологической помощи и разработка рекомендаций для менеджеров торговой организации.

Начальный этап (1 этап). На рисунке 1 представлены результаты сравнительной психодиагностики типов мышления и уровней креативности у двух групп испытуемых.

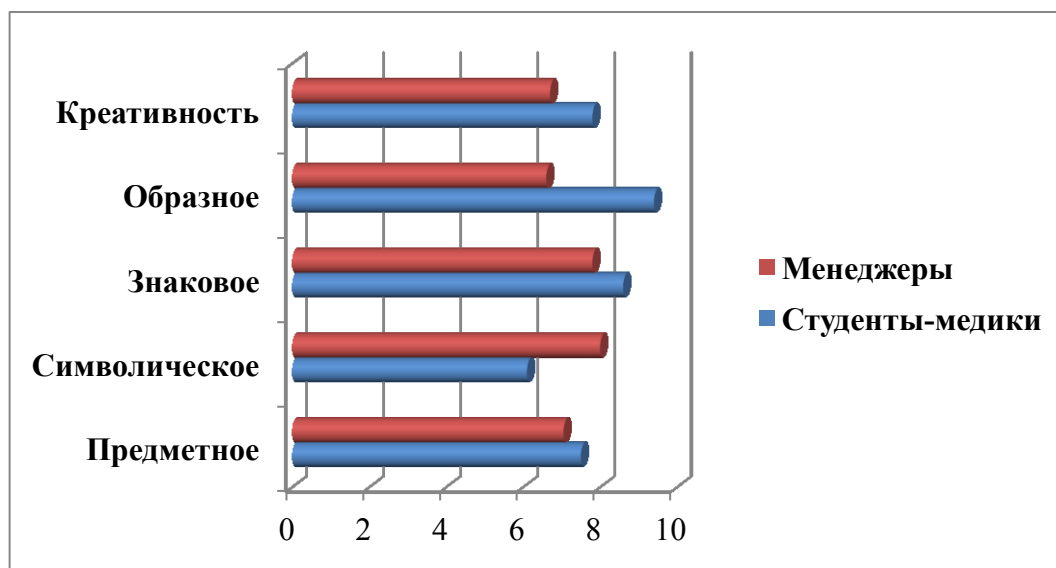


Рисунок 1. Результаты сравнительной психодиагностики типов мышления и уровней креативности студентов–медиков и менеджеров по продажам

У испытуемых обеих групп выявлены средние уровни креативности и базового типа мышления. Достоверные различия отмечаются по величинам - «символического мышления» (студенты-медики/менеджеры -

6,1±0,43 и 8,0±0,68; $t=2,36$, $p=0,021767$) и «образного мышления» (соответственно: 9,4±0,37 и 6,6±0,61; $t=3,92$, $p=0,000244$). Люди с математическим складом ума отдают предпочтение символическому мышлению, когда происходит преобразование информации с помощью правил и формул, мысли стараются выражать в виде структур и формул, фиксирующих существенные отношения между символами.

Считается, что язык образов сложнее языка слов, потому что образов намного больше, они разнообразны, окрашены многочисленными оттенками чувств. Поэтому слов для обозначения всех образов, участвующих в нашем мышлении, не хватает. Образное мышление является основой высшего познавательного процесса – творчества. Оно присуще не только представителям творческих профессий (художникам, поэтам, музыкантам), но и всем тем, кто имеет высокий уровень креативности и любит изобретать новое. эффективность.

Формирующий этап (2 этап). Программа психологической помощи менеджерам по продажам состояла из информационных и тренинговых блоков, длительность каждого – 7 академических часов. Приводим примерную тематику информационного блока: «Креативность – это творчество?»; «Интеллект: понятие, особенности, специфика»; «Спектр барьеров на пути творчеству менеджеров»; «Креативная личность – плюсы и минусы»; «Развитие творческого мышления и продуктивность менеджеров»; «Как развивать креативность: методы, способы, техники».

Задачи тренингового блока включают: формирование эмоционально положительного отношения к креативному процессу; осознание ценности креативных черт собственной личности; актуализация таких личностных качеств, как уверенность в себе, независимость, решительность, настойчивость при достижении цели, способность к риску.

Каждое тренинговое занятие проводилось в отдельном кабинете, в стандартной форме и включало в себя: организационный момент (ритуал приветствия), основную часть (выполнение психоупражнений), подведение итогов занятия.

Констатирующий этап (3 этап). На рисунке 2 представлена сравнительная психодиагностика показателей личностной креативности (любопытность, воображение, сложность и склонность к риску) менеджеров по продажам до и после участия в программе психологической помощи.

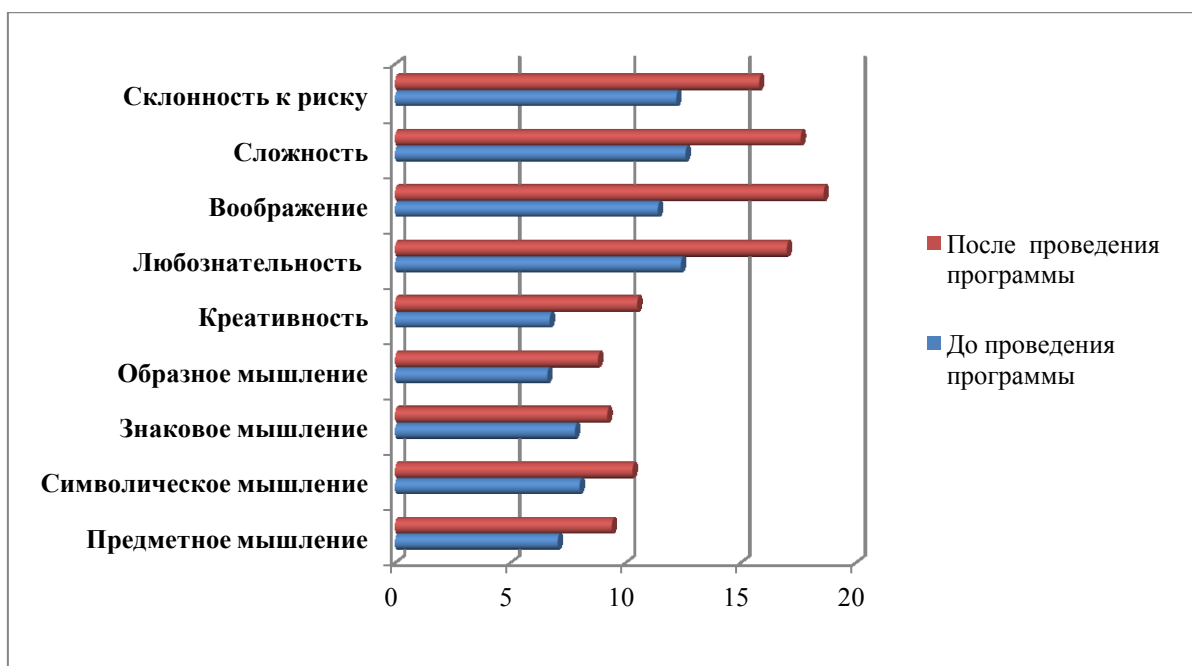


Рисунок 2. Результаты психодиагностики показателей креативности и видов мышления менеджеров по продажам до и после участия в программе психологической помощи

Участие менеджеров по продажам в программе психологической помощи выявила положительную динамику величин изучаемых показателей: «любопытность» ($t=2,72$, $p=0,007669$), «воображение» ($t=4,6$, $p=0,000048$), «сложность» ($t=2,96$, $p=0,005362$), «склонность к

рisku» ($t=2,08$, $p=0,044202$), «предметное мышление» ($t=2,36$, $p=0,023838$), «символическое мышление» ($t=2,29$, $p=0,027911$), «образное мышление» ($t=2,49$, $p=0,017464$), «креативность» ($t=3,71$, $p=0,000685$).

Полученные результаты сравнительной психодиагностики показателей интеллектуальной сферы менеджеров по продажам до и после проведения программы психологической помощи подтверждают её эффективность.

На первом этапе исследования нами было установлено, что студенты-медики имеют более высокие уровни базового «образного мышления», что позволяет прогнозировать высокий потенциал креативности в работе. Группа уже работающих специалистов-менеджеров показала более низкую величину «образного мышления», что позволяет предположить, что на данном предприятии не уделялось должного внимания психодиагностике и выявлению креативного потенциала сотрудников. Однако предпринятая попытка психокоррекции показателей интеллектуальной сферы менеджеров средствами авторской программы психологической помощи показала положительную их динамику. Результаты исследований других авторов подтверждают эффективность тренингов развития креативности [10, 13, 15].

Современные ориентированные на успех организации не должны пренебрегать психодиагностикой типов мышления и уровней креативности кандидатов, а также тренингами развития креативности работников. Целесообразно включение в корпоративную культуру торговой организации практических занятий (групповая психотерапия - тренинги-семинары, лекций, вебинары), развивающих у менеджеров интеллект и творческие способности, и психологические консультации по запросу клиентов (индивидуальная психотерапия).

Литература

1. Васильева Т.Н., Федотова И.В., Некрасова М.М. Информационная нагрузка как фактор профессионального риска у офисных работников //В книге: Сборник материалов международной научно-практической конференции "Здоровье и окружающая среда" Сборник материалов международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Н. П. Жуковой. – Минск. - 2019. - С. 50-51.
2. Васильева Т.Н., Федотова И.В., Зуев А.В. Влияние информационной нагрузки на уровень стрессоустойчивости офисных работников // Медицина труда и промышленная экология. - 2017. - № 9. - С. 35.
3. Васильева Т.Н., Федотова И.В. Профилактика профессионального выгорания менеджеров средствами психогигиены //Медицина труда и промышленная экология. - 2019. - Т. 59. № 9. - С. 584.
4. Васильева Т.Н., Федотова И.В., Некрасова М.М., Зуев А.В. Сравнительная оценка влияния информационной нагрузки на представителей коммуникативных и операторских профессий //Безопасность и охрана труда. - 2018. - № 1 (74). - С. 41-45.
5. Васильева Т.Н., Федотова И.В., Лебедева М.А., Червячкова О.А. Здоровьесберегающие технологии как профилактика профессионального риска эмоционального выгорания у работников умственного труда //Медицина труда и промышленная экология. - 2019. - Т. 59. № 10. - С. 892-898.
6. Васильева Т.Н., Федотова И.В., Зуев А.В., Романов В.В. Цифровая экономика и профессии будущего - новая сфера для решения проблем профилактики негативных эффектов //Безопасность и охрана труда. - 2017. - № 4 (73). - С. 36-39.

7. Васильева Т.Н., Федотова И.В., Некрасова М.М., Зуев А.В. Использование психотехники для формирования профессиональных качеств, необходимых для успешной деятельности продавцов-консультантов //Медицинский альманах. - 2018. - № 4 (55). - С. 152-156.
8. Васильева Т.Н., Федотова И.В., Некрасова М.М. Психогигиена эмоционального выгорания социальных работников //Безопасность и охрана труда. - 2019. - № 3 (80). - С. 42-46.
9. Захарова О.Г. Диагностика креативности как психолого-педагогическая проблема //Инновационные педагогические технологии: материалы VIII Междунар. науч. конф. (г. Казань, май 2018 г.). - Казань: Молодой ученый, 2018. – С. 3-6.
10. Зельдович Б. З., Белова А.Ю. Управление креативностью и построение системы менеджмента в медиаорганизации //Вестник МГУ. - 2015.- №3. - С.46-50.
11. Королева Л.Ю. Проблема формирования креативной личности в психолого-педагогических исследованиях //Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. - 2016. - №2 (38). - С. 212-223.
12. Варфоломеев А.Г. Креативный менеджмент в практической деятельности организации/А.Г. Варфоломеев //Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. - 2015. - №2-1. - С. 153-159.
13. Черняева Г.В., Батоврина Е.В. Тренинги развития креативности персонала в решении задач организации // Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского. Социальные науки.- 2019. - №3(55). - С. 99-106.
14. Яшкова Е.В., Синева Н.Л., Исламова Г.И. Влияние инновационно-креативных качеств менеджера на процесс принятия

решения в новых экономических реалиях //Перспективы науки и образования. - 2018. - № 3(33). - С.79-82.

15. Lebedeva T., Egorov E., Tsapina T., Fokina T., Vasilyeva T. Intellectual provision of the innovative entrepreneurship development. Mediterranean Journal of Social Sciences. - 2015. - Т. 6. № 5. S3. - С. 303-310.

УДК 378

**СЮЖЕТНОЕ И ПЕРЦЕПТИВНОЕ ВРЕМЯ В ДИАЛОГАХ КАК
СРЕДСТВО ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРСОНАЖА В ПРОИЗВЕДЕНИИ
К.С. ЛЬЮИСА «THE CHRONICLES OF NARNIA»**

**PLOT AND PERCEPTUAL TIME IN DIALOGUES AS A MEANS OF
CHARACTERIZATION IN THE WORK OF C. S. LEWIS "THE
CHRONICLES OF NARNIA»**

Федосеева Л.Ю.*

Данная статья посвящена исследованию реализации категории времени в английском художественном тексте жанра фэнтези. Текст рассматривается в работе как структурно-семантическое единство, которое передает информацию об одном из возможных миров, существующих в воображении его создателя, и оказывает эмоциональное и эстетическое воздействие на потенциального читателя.

This article is devoted to the study of the time category in the English fiction text of the fantasy genre. The text is considered in this work as a structural and semantic unity that conveys information about one of the possible worlds that exists in the imagination of its Creator, and has an emotional and aesthetic impact on the potential reader.

Ключевые слова: время, категория, информация, воздействие эмоционально, воздействие эстетическое, воображение, жанр.

Key words: time, category, information, emotional impact, aesthetic impact, imagination, genre.

* Федосеева Л.Ю., преподаватель кафедры русского и иностранных языков АНО ВО МГЭУ, e-mail: kyrsten@yandex.ru

Fedosseyeva L.Yu., lecturer of the Department of Russian and Foreign Languages ANO IN MGEU, e-mail: kyrsten@yandex.ru

DOI 10.37691/2619-0265-2020-0-1-133-144

«Язык - это средство формирования и хранения идей как отражение действительности и обмена ими в процессе человеческого общения. Язык по своей природе социален, он неразделимо связан с людьми, которые являются его создателями и пользователями, он растет и развивается вместе с развитием общества»
М.Я. Блох

«Текст – это глобальная структура, включающая в себя глубинную и поверхностную структуры. Глубинная структура есть идейно-тематическое содержание текста, сложное переплетение отношений и характеров, в основе которых лежит художественный образ», а поверхностная структура – «лингвистическая форма, в которую облечена глубинная структура». [4;56]

«Хронотоп в литературе имеет существенное жанровое значение. Можно прямо сказать, что жанр и жанровые разновидности определяются именно хронотопом, причем в литературе ведущим началом в хронотопе является время. Хронотоп как формально-содержательная категория определяет (в значительной мере) и образ человека в литературе; этот образ всегда существенно хронотопичен». [1;122]

В рассматриваемом произведении, как мы полагаем, развиваются одновременно несколько сюжетных линий, события происходят линейно, в одно и то же время, с несколькими главными героями, параллельно проживающими один момент времени и происходящими коллизиями.

Одна сюжетная линия посвящена Люси, одной из главных героинь произведения, протагонисту добра и христианских ценностей. Во второй главе произведения автор начинает рассказ о приключениях в сказочном мире. В данном произведении в описании событийности и динамики

используется репродуктивно-повествовательный регистр, например, начало второй главы:

“GOOD EVENING, ” said Lucy. But the Faun was so busy picking up its parcels that at first it did not reply. When it had finished it made her a little bow. ” [5;5].

Героиня произведения, Люси, обращается к Фавну, сказочному герою, с целью обратить на себя внимание. Автор даже использует «знаковые графические сигналы», дизайнерские приемы оформления текста и письменного выдвижения, написав фразу-приветствие заглавными буквами не случайно. Примечательно употребление личного местоимения *it* как заместителя имени нарицательного, используемого в качестве собственного личного *the Faun*: гендерная принадлежность совершенно очевидно заложена в отождествлении мифологического персонажа с мужским естественным родом, то есть лексически. Но принадлежность к миру животных, а не людей продемонстрирована автором в употреблении личного местоимения *it*.

Чередование прямой речи и повествования используется автором для описания событий. Присутствие диалогов в произведении оживляет общую картину, а использование в прямой речи глагольных форм настоящего времени помогают читателю погрузиться в происходящее, как бы переносясь во время событийное.

Рассмотрим диалог между Люси и Фавном:

“Meanwhile,” said Mr Tumnus, “it is winter in Narnia, and has been for ever so long, and we shall both catch cold if we stand here talking in the snow. Daughter of Eve from the far land of Spare Oom where eternal summer reigns around the bright city of War Drobe, how would it be if you came and had tea with me?”

"Thank you very much, Mr Tumnus," said Lucy. "But I was wondering whether I ought to be getting back." [5;6].

Реплики Фавна, как мы видим, относятся к волюнтивному регистру, они побуждают Люси к действию, но сам речевой стиль Фавна достаточно необычен: витиеватый, архаизованный, сказочный, маркирующий принадлежность персонажа к седой древности:

"...how would it be if you came and had tea with me?"

Умышленное использование условного наклонения в архаизованной конструкции применено автором для придания особых характеристик образу. Это очевидно в связи с тем, что автор мог бы использовать обычный вопрос: "Would you like to go ...", или повелительное наклонение: "Let's go...", что было бы уместно для персонажа реального мира. На протяжении всей книги автор будет не раз использовать различные приемы архаизации речи сказочного персонажа, оперируя грамматическими формами глагола, не только для придания особой атмосферы повествованию, но и для придания особых качеств персонажам, используя речевую характеристику героя как средство характеристики или описания.

Реплика Белой королевы (как она сама себя называет, героизируя и возвышая образ в самохарактеристике) или Белой ведьмы (как ее называет автор, используя голоса и точки зрения других сказочных героев), в отличие от доброго незлобивого Фавна, не архаизована и насыщена вполне корректными выражениями современного разговорного стиля:

"My poor child," she said in quite a different voice, "how cold you look! Come and sit with me here on the sledge and I will put my mantle round you and we will talk." [5;14].

В отличие от предыдущего примера, Белая королева использует повелительное наклонение в волюнтивном регистре: "Come and sit...", что

придает ее речи такие качества, как властность и уверенность. Это еще раз доказывает, что именно акцент на использование различных глагольных форм, помогает автору не только расположить на координатной линии событийную нить произведения, но и придать каждому персонажу особую речевую характеристику и создать особый образ персонажа.

“Look here”, said Peter, turning on him savagely, “shut up!”; “Do stop it,” said Susan.” [5;19],

где автор также использует повелительное наклонение и в конструкции частичной эмфатической инверсии, экспрессивно побуждая персонаж к действиям. Или например:

1. *“Do stop it,” said Susan; “it won’t make things any better having a row between you two. Let’s go and find Lucy.”*
2. *“I’m longing to see him,” said Peter, “even if I do feel frightened when it comes to the point.”[5;19,34],*

где автор использует усиление в сочетании “do +V”, которое будет свойственно диалогам персонажей, для придания оттенка повседневности, простоте общения между героями, указывая на их родство или дружеские отношения, а также о немедленном намерении совершить действие.

Так, Питер преимущественно общается отрывистыми краткими простыми репликами, использование которых характеризует его как решительного и смелого человека действия, а не слов :

1. *-“And now,” said Susan, “what do we do next?”*
- *“Do?” said Peter, “why, go and explore the wood, of course.”*
2. *“Here, sir,” said Peter. [5;24, 46],*

Отрывок из второй главы произведения показателен как пример развития одновременно повествовательной линии в сюжетном времени и

времени перцептивного, авторского, развивающегося параллельно времени чтения романа:

“While he was eating the Queen kept asking him questions. At first Edmund tried to remember that it is rude to speak with one's mouth full, but soon he forgot about this and thought only of trying to shovel down as much Turkish Delight as he could, and the more he ate the more he wanted to eat, and he never asked himself why the Queen should be so inquisitive. She got him to tell her that he had one brother and two sisters, and that one of his sisters had already been in Narnia and had met a Faun there, and that no one except himself and his brother and his sisters knew anything about Narnia.” [5;15].

В данном примере в одном сложносочиненном предложении содержатся две сюжетные линии и две разные точки зрения: голос Эдмунда, героя из реального мира в сказочном сюжете, и голос Белой Ведьмы, сказочного мифологического персонажа в реальном времени повествования.

Автор, как бы, дает возможность рассмотреть происходящее как со стороны Эдмунда, так и со стороны королевы в один момент времени от одной точки отсчета. Два персонажа, одновременно «застигнуты» в одном состоянии, они совершают действия параллельно, о чем мы узнаем именно благодаря авторскому употреблению глагольных форм. Описание происходящего события в форме нарратива протекает с использованием прошедшего длительного времени “was eating..., etc”, которое в норме употребляется для описания действия или процесса, длящегося какой-то отрезок времени в прошлом, здесь употреблено для характеристики мальчика. Для описания действий Белой ведьмы автор использует формы со значением фазы действия: “kept asking”.

Форма прошедшего индефинитного времени и форма настоящего индефинитного времени применены при описании мальчика:

“At first Edmund tried to remember that it is rude to speak with one's mouth full...”.

Используя в первом случае форму прошедшего индефинитного времени, автор указывает на то, что события происходят во времени произведения, однако присутствие формы настоящего индефинитного времени в следующей части произведения привносит некоторое менторское, поучающее звучание в повествование: «невежливо говорить с набитым ртом». Употребляя формы настоящего времени, автор акцентирует значение прописных, «вневременных» истин, относящихся не к линейному событийному, сюжетному времени, а к своду настоящих правил, используя генеритивный регистр. Но уже в следующей части предложения автор опять возвращается к обычному повествованию, используя формы прошедшего индефинитного времени:

“...but soon he forgot about this...”,

возвращая читателя во время событийное.

В этой же части интересно употребление прошедшего перфектного времени:

“...his sisters had already been in Narnia...”

для обозначения действия на сюжетной линии. Употребление перфектной формы говорит о ретроспективности выделяемого автором действия и факта по отношению к происходящему.

Еще один пример перцептивного времени как позиции говорящего по отношению к событиям, происходящим в повествовании со сказочным героем, обитателем Нарнии:

“But as for Aslan himself, the Beavers and the children didn't know what to do or say when they saw him. People who have not been in Narnia sometimes think that a thing cannot be good and terrible at the same time. If the children had ever

thought so, they were cured of it now. For when they tried to look at Aslan's face they just caught a glimpse of the golden mane and the great, royal, solemn, overwhelming eyes; and then they found they couldn't look at him and went all trembly." [5;53].

В описании встречи детей с Асланом, одним из главных героев произведения, олицетворяющим добро и носителем морально-нравственных ценностей реального и вымышленного мира, сюжет развивается в обычном повествовательном режиме путем указания на хронологическую последовательность действий в сказочном мире. Но при обращении к реальному миру и пояснении, что те, кто никогда не был в Нарнии не могут представить себе что-то подобное, вызывающее одновременно ужас и восхищение, появляются формы настоящего перфектного и настоящего индефинитного времен, тем самым устанавливая связь между миром сказочным и реальным через диалог с читателем. Примечательно также, что пояснение продолжается с преимущественным использованием плана прошедшего времени: *had ever thought* и *were cured*. Особенность заключается в том, что вместе с формами прошедшего индефинитного и прошедшего перфективного, автор употребляет указатель времени, наречие "now", возвращая тем самым читателя обратно в повествование. В результате чего, на наш взгляд, становится возможным использовать время сюжетное и перцептивное в одном отрывке, что маркирует переход из мира и времени произведения в реальный мир и обратно.

Стоит особо отметить употребление притяжательных местоимений "his / him" в описании Аслана, подобная замена имени собственного личного на местоимение мужского рода, а не среднего *it*, как этого требует грамматическая норма, указывает на прием грамматической персонификации и лев Аслан, царь и бог животного мира, в авторском видении не просто

очеловечен, но и наделен особой силой и мощью как носитель мужского начала.

В повествовании по большей части преобладают формы прошедшего индифинитного времени, сообщающие о динамике развития сюжета в последовательности действий, совершаемых персонажами:

“The first thing Lucy noticed as she went in was a burring sound, and the first thing she saw was a kindlooking old she-beaver sitting in the corner with a thread in her mouth working busily at her sewing machine, and it was from it that the sound came. She stopped her work and got up as soon as the children came in.” [5;31].

Репродуктивно-повествовательный регистр погружает читателя в повествование, помогая представить происходящее, нарисовать картинку в своем воображении и обеспечить движение сюжета.

“The Naiads and Dryads were scattering in every direction. Lucy was running towards him as fast as her short legs would carry her and her face was as white as paper. Then he saw Susan make a dash for a tree, and swing herself up, followed by a huge grey beast.” [5;55].

Формы прошедшего длительного времени для описания происходящего события акцентируют внимание на аспектуальности временного значения: ...were scattering... was running. Можно полагать, что именно таким образом автор создает у читателя в воображении картину движения персонажей из одной точки в другую, перемещения не только во времени, но и в пространстве, созданного им сказочного мира, то есть создает иллюзию актуального восприятия события при развитии сюжета.

“He crossed the river on the ice and walked up to the House. There was nothing stirring; not the slightest sound anywhere. Even his own feet made no

noise on the deep newly fallen snow. He walked on and on, past corner after corner of the House, and past turret after turret to find the door..." [5;40].

В этом примере мы видим использование автором форм простого индефинитного времени при глаголах перемещения.

"All the children had been attending so hard to what Mr Beaver was telling them that they had noticed nothing else for a long time." [5;36].

Здесь автором использована форма прошедшего перфектного длительного времени для указания не просто на процесс, происходящий в сюжетной линии, но и на предшествование его другому процессу.

Как особая часть литературного произведения, предшествующая логическому завершению, является **кульминация**. В произведении К.С. Льюиса, кульминация разворачивается в XIV главе.

"And now, who has won? Fool, did you think that by all this you would save the human traitor? Now I will kill you instead of him as our pact was and so the Deep Magic will be appeased. But when you are dead what will prevent me from killing him as well? And who will take him out of my hand then? Understand that you have given me Narnia forever, you have lost your own life and you have not saved his. In that knowledge, despair and die."

The children did not see the actual moment of the killing. They couldn't bear to look and had covered their eyes." [5;66].

Автор заканчивает главу монологом Белой ведьмы, которая готовится убить Аслана. Ее речь содержит многочисленные риторические вопросы, в словах звучит уверенность в победе. Автор использует формы будущего индефинитного времени, Белая ведьма сообщает Аслану о своем намерении убить не только его, но и детей, так как после смерти Аслан уже не сможет их защитить и она предсказывает вероятный ход событий. В конце своего монолога она обращается к Аслану словами: ...*Understand that you have given*

me Narnia forever...., форма настоящего перфектного времени указывает на завершенность и результативность в действиях и словах персонажа, раскрывая самоуверенность Белой ведьмы, утверждающей себя и свою победу.

Кульминация, начавшаяся в XIV главе, имеет свое продолжение в XV главе:

“At this moment the children were for a few seconds in very great danger. For with wild cries and a noise of skirling pipes and shrill horns blowing, the whole of that vile rabble came sweeping off the hill-top and down the slope right past their hiding-place. They felt the Spectres go by them like a cold wind and they felt the ground shake beneath them under the galloping feet of the Minotaurs; and overhead there went a flurry of foul wings and a blackness of vultures and giant bats. At any other time they would have trembled with fear; but now the sadness and shame and horror of Aslan's death so filled their minds that they hardly thought of it.” [5;67].

Авторский повествовательный стиль и формы прошедшего индифинитного времени употреблены с глаголами умственной деятельности и описывают мысли и чувства персонажей, подводя итог сюжетной канве произведения.

Подводя итоги можно с уверенностью утверждать, что автор в своем произведении использует различные глагольные формы для развития сюжетной линии, для погружения читателя в атмосферу происходящего, а так же для придания каждому персонажу определенных характерных черт.

Анализ употребления и согласования времен, стилистический анализ произведения, представленный в данной статье можно использовать при преподавании курса «Английский язык» и «Стилистика английского языка» в высших учебных заведениях.

Литература

1. Бахтин М. М.. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике // М. Бахтин. Вопросы литературы и эстетики. — М.: Художественная литература, 1975.
2. Блох М.Я. Теоретическая грамматика английского языка. — М.: Высшая школа, 2000.
3. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. — М.: Едиториал УРСС, 2004.
4. Тураева З. Я. Лингвистика текста: (Текст: структура и семантика). Учебное пособие. — М.: Просвещение, 1986.
5. C.S. Lewis “Chronicles of Narnia” [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://etextread.ru/Book/Read/37972>

УКД 159.93

**ИНФОРМАЦИОННАЯ ПЕРЕГРУЗКА: ОСОБЕННОСТИ
ЯВЛЕНИЯ ПРИЧИНЫ ЕГО ВОЗНИКНОВЕНИЯ**

**INFORMATION OVERLOAD: FEATURES OF THE PHENOMENON
AND ITS CAUSES**

*Чигринский П.А.**

В статье описывается феномен информационной перегрузки, разбираются подходы к его определению и изучению, а также приводятся его симптомы и причины возникновения.

The phenomenon of information overload: definitions; approaches to the study; symptoms and causes.

Ключевые слова: *информационная перегрузка; сенсорная перегрузка; стресс; информационное потребление; когнитивный ресурс.*

Key words: *information overload; sensory overload; stress; information consumption; cognitive resource.*

DOI 10.37691/2619-0265-2020-0-1-145-156

Появление и повсеместное распространение цифровых технологий повлекло взрывной рост объема доступной информации всех категорий: научной, профессиональной, повседневной и так далее. Интересный факт, датированный 2013-м годом: «90% всех данных в мире были произведены за последние два года»¹.

* **Чигринский Петр Андреевич**, аспирант кафедры психологии АНО ВО МГЭУ, e-mail: chigrinskiy@ya.ru
Chigrinsky Petr Andreevich, postgraduate student of the Department of Psychology MHEU, e-mail: chigrinskiy@ya.ru

¹ Big Data, for better or worse: 90% of world's data generated over last two years. URL: <https://www.sciencedaily.com/releases/2013/05/130522085217.htm> (дата обращения: 22.02.2020)

Современная информационная среда характеризуется не только величайшим объемом данных и бесчисленным множеством ее типов и форматов, но и неизменно растущей скоростью инфопотока. Информация поступает, обновляется и устаревает все быстрее и быстрее, что усложняет процесс ее анализа и отбора, что в свою очередь затрудняет процесс принятия решений. На фоне этой тенденции наблюдается закономерный рост общественного интереса к феномену информационной перегрузки.

Цель этой работы – рассмотреть феномен информационной перегрузки и возможные причины его возникновения.

Концепция информационной перегрузки

Проблема переизбытка информации – это не «изобретение» информационного общества. Зафиксированные жалобы на неспособность справиться с информационным потоком восходят еще к античной эпохе². Обозначенная проблема появлялась во всех культурах и во все времена. Ее учащенное возникновение подстегнул процесс урбанизации: скопление людей на одной территории спровоцировало увеличение объема и скорости потока информации и, как следствие, увеличение информационной нагрузки на общество и на отдельного человека в частности. Таким образом обсуждать проблему переизбытка информации начали задолго до всплеска развития цифровых технологий.

Академический интерес к феномену информационной перегрузки разгорелся после того, как в 1974 году его существование было доказано в ходе эксперимента³: испытуемым дали список брендов с краткими характеристиками и попросили выбрать наиболее оптимальный для их нужд. С ростом числа брендов испытуемым всё тяжелее давался выбор, а процесс

² Blair A. Too much to know: Managing scholarly information before the modern age. Yale University Press, 2010.

³ Jacoby, J., Speller, D. E., & Berning, C. K. (1974). Brand choice behavior as a function of information load: Replication and extension. *Journal of Consumer Research*, 1, 33–42.

принятия решения занимал всё больше времени. Гипотеза подтвердилась: объем информации влияет на качество принимаемых решений.

Суть феномена

Дальнейшие исследования помогли установить⁴, что способность человека принимать оптимальные решения положительно коррелирует с ростом объема доступной ему информации, но только до определенного момента. Как только объем информации превышает определенное значение, начинается резкое падение качества принимаемых решений.

Информация, получаемая человеком сверх допустимого объема, перестает учитываться при принятии решений и приводит к информационной перегрузке. Последняя провоцирует замешательство или даже стресс, негативно влияет на способность определять приоритеты и удерживать в памяти значимую информацию.

Определения

В общем понимании информационная перегрузка означает получение слишком большого объема информации и неспособность этот объем усвоить. В ходе исследований этого явления с точек зрения различных научных дисциплин были сформулированы синонимичные понятия, конкретизирующие исходное в разных контекстах: когнитивная перегрузка, сенсорная перегрузка, коммуникативная перегрузка, информационная усталость и так далее.

В своей работе Дж. М. Эпплер и Ж. Менгис консолидировали результаты исследования в области информационной перегрузки в деловой сфере и, в частности, составили список определений феномена⁵. Вот некоторые из них:

Информационная перегрузка происходит тогда, когда объем информационного потока превышает пропускную способность индивида (его

⁴ Eppler, J. M., & Mengis, J. (2004). The concept of information overload: A review of literature from organization science, accounting, marketing, MIS, and related disciplines. *The Information Society*, 20, 325–344.

⁵ См. сноску №4.

способность усваивать информацию). В результате возникают стресс и состояние замешательства.

Информационная перегрузка возникает, когда человеку, принимающему решение, приходится обрабатывать больше информации, чем он способен эффективно использовать.

Объем обрабатываемого материала превышает объем энергии, доступной для его усвоения, накапливается и под действием стресса и перевозбуждения результируется в нездоровом состоянии, известном как информационная перегрузка.

Два подхода к изучению

Исследователи различают два вида информационной перегрузки:

Объективная информационная перегрузка: характеризуется качественными свойствами информации, такими как ее объем, уровень сложности и интенсивности, время, необходимое для ее обработки. Такой взгляд на проблему оказался особенно распространен в маркетинговой сфере среди исследователей поведения потребителей.

Субъективная информационная перегрузка: характеризуется состояниями и ощущениями взаимодействующего с информацией индивида, такими как запутанность, когнитивное напряжение и прочими негативными последствиями перегрузки. Для изучения особенностей человеческого восприятия информационной перегрузки эксперименты не подходят ввиду того, что временные ограничения, установленные в лаборатории, редко возникают в реальных ситуациях. Поэтому исследователи прибегают к опросам и качественным интервью.

В контексте изучения медиапотребления второй подход к рассмотрению информационной перегрузки (субъективный) представляется более подходящим ввиду того, что в этом контексте обычно нет жестких

ограничений по времени. Иными словами, люди листают ленту в соцсетях, читают статьи и смотрят новости по мере необходимости и желания.

В деловом же контексте остро стоит необходимость максимально эффективно усваивать большие объемы информации за минимальное время, поэтому там, среди исследователей в приоритете объективные свойства информации, а не субъективные ощущения людей, испытывающих информационную перегрузку.

Демографические факторы

В результате ряда исследования было установлено, что степерь и вероятность возникновения информационной перегрузки зависит от индивидуальных качеств: возраста, пола и уровня дохода.

Согласно результатам исследования Университета штата Флориды⁶, прослеживается явная отрицательная корреляция между возрастом медиапотребителя и его предрасположенностью к информационной перегрузке: молодые люди более склонны испытывать перегрузку, чем люди старшего возраста.

В пользу этого заключения говорят результаты другого исследования, проведенного Ассошиэйтед Пресс в 2007 году с целью изучить паттерны потребления новостей в разных странах⁷. Исследователи заключили, что молодые люди в своем большинстве испытывают усталость от новостей, что также является формой информационной перегрузки.

В рамках того же исследования Университета штата Флориды были получены данные, свидетельствующие о том, что доля мужчин,

⁶ The Role of News Media Use and Demographic Characteristics in the Prediction of Information Overload. International Journal of Communication 8 (2014), 699–714

⁷ Overload! Journalism's battle for relevance in an age of too much information. URL: https://archives.cjr.org/feature/overload_1.php?page=all (дата обращения: 22.02.2020)

испытывающих информационную усталость несколько превышает долю женщин с этой же проблемой.

Также в ходе исследования была выявлена позитивная корреляция между уровнем дохода и степенью информационной усталости. Исследователи предполагают, что причина этой закономерности заключается в следующем: более высокий уровень дохода является следствием профессии/работы, связанной с обработкой большого объема информации, больших ее типов и большей сложности, что повышает риск информационной перегрузки.

Симптомы

Возникновение информационной перегрузки можно констатировать по наличию ряда симптомов, сказывающихся на работоспособности и общем состоянии человека.

Одним из первых влияние информационной перегрузки начал изучать американский психолог Стэнли Милгрэм. В 1970 году он проанализировал влияние переизбытка сигналов на жителей крупных городов и выделил⁸ ряд общераспространенных реакций на информационную перегрузку. Так, например, горожанам свойственно выделять меньше времени на анализ каждого сигнала, игнорировать низкоприоритетные сигналы, отказываться от коммуникации (например, «надевать» недружелюбное выражение лица в общественном месте) и так далее.

В организационном контексте, который на данный момент изучен лучше прочих, информационная перегрузка может проявляться у человека в следующих симптомах:

стресс, состояние замешательства и когнитивная напряженность,
повышенная предрасположенность к совершению ошибок,
падение мотивации,

⁸ Milgram, S. (1970). The Experience of Living in the Cities. In Science, March, 13: 1461-1468

падение удовлетворенности работой,
затруднение при определении приоритетов,
повышенная избирательность и игнорирование больших объемов информации,
увеличение времени, отводимого на принятие решения,
неспособность воспользоваться информацией для принятия решения,
и т.д.

Причины возникновения

Возникновение информационной перегрузки обусловлено множеством факторов, тесно взаимосвязанных между собой и усиливающих друг друга. Рассматривать эти факторы можно на разных уровнях: на уровне социума, на уровне организации и на уровне отдельного человека.

Если смотреть на проблему на уровне социума, основной причиной информационной перегрузки представляется ускоренное производство информации такими социальными институтами, как СМИ, наука, бизнес и прочими. При этом перегрузку провоцирует не только увеличение объема информации, но и развитие средств ее распространения – ускорение потока.

Больше всего исследований информационной перегрузки проведено на уровне организации и человека. Инициатором этих исследований зачастую выступает бизнес, стремящийся повысить производительность обработки информационного потока внутри организации а также повысить эффективность коммуникаций с потребителем.

Факторы, способствующие развитию информационной перегрузки в организации и у отдельного индивида, можно условно объединить в несколько групп, которые и будут обозначены далее.

Личностные факторы: факторы, обусловленные личными качествами человека. Так, например, на появление информационной перегрузки могут

повлиять низкий уровень цифровой грамотности, низкая мотивация, низкая удовлетворенность работой, недостаток опыта и навыков, окружающий шум, некомфортная температура, малая продолжительность сна и так далее.

Свойства информации: факторы информационной перегрузки, обусловленные свойствами самой информации. Среди них – большой объем, высокий уровень ее неопределенности, новизны, структурной сложности и интенсивности. Другой возможный фактор – качество информации: повышение сжатости, последовательности и понятности информации может повлечь повышение производительности работающего с ней человека за счет того, что ему будет проще и быстрее ее обрабатывать.

Характер задач и процессов: факторы, обусловленные свойствами задач, в ходе решения которых может возникнуть информационная перегрузка. Чем меньше рабочий процесс основан на рутинных действиях, чем он сложнее с точки зрения последовательности необходимых шагов, тем выше нагрузка на человека. Также вероятность перегрузки повышается, если рабочий процесс постоянно прерывается, не позволяя поддерживать концентрацию, или процесс, вынуждающий работника отвлекаться на решение несвязанных между собой задач. Среди менеджеров риск возникновения перегрузки повышает параллельная работа над большим числом проектов или задач.

Дизайн организации: эта категория объединяет организационные свойства компании, которые также способны влиять на степень информационной перегрузки. Так, например, создание рабочей команды из специалистов разных профилей повышает интенсивность коммуникации, усложняет координацию и повышает риск информационной перегрузки. Напротив, выработка рабочих стандартов, введение правил и создание организационных центров могут положительно влиять на производительность сотрудников и снижать риск перегрузки.

Электронная почта – фактор, заслуживающий отдельного упоминания. Необходимость ежедневно отвечать на множество писем и отсортировывать спам выступает одним из главных «провокаторов» информационной перегрузки на рабочем месте.

Во внерабочее время информационную перегрузку может провоцировать чрезмерное использование социальных сетей и мобильных приложений.

Как было сказано ранее, обычно к возникновению информационно перегрузки приводит наличие не одного, а сразу нескольких вышеуказанных факторов, взаимно усиливающих друг друга.

Заключение

Информационная перегрузка – это противоречивое явление с множеством определений и проявлений, требующее дальнейшего изучения и конкретизации. Понятие используется для описания ситуации, когда объем данных превышает вычислительную мощность, и ее последствий.

Существование феномена обуславливается прежде всего ограниченностью когнитивного ресурса: человек способен обрабатывать ограниченное число сообщений в единицу времени.

В настоящее время феномен довольно подробно изучен западными специалистами в области маркетинга, организационного устройства и бухгалтерского учета, однако испытывается недостаток исследований влияния информационной перегрузки в контексте повседневной жизни человека.

Литература

1. Blair A. Too much to know: Managing scholarly information before the modern age. Yale University Press, 2010.
2. Chiappeta, M. (2017). The Technostress: definition, symptoms and risk prevention. Senses Sci 2017: 4 (1).

3. Eppler, J. M., & Mengis, J. (2004). The concept of information overload: A review of literature from organization science, accounting, marketing, MIS, and related disciplines. *The Information Society*, 20.
4. Jacoby, J., Speller, D. E., & Berning, C. K. (1974). Brand choice behavior as a function of information load: Replication and extension. *Journal of Consumer Research*, 1.
5. Klingberg T. *The Overflowing Brain: Information Overload and the Limits of Working Memory*. UK: Oxford University Press, 2008.
6. Schultze, U., & Vandenbosch, B. (1998). Information overload in a groupware environment: Now you see it, now you don't. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 8(2).
7. The Role of News Media Use and Demographic Characteristics in the Prediction of Information Overload. *International Journal of Communication* 8 (2014).
8. Weil, M. & Rosen, L. *TechnoStress: Coping With Technology@Work@Home@Play*. John Wiley & Sons, New York 1997.

Список использованных источников

10 tips for smarter, more efficient Internet searching. URL: <https://www.techrepublic.com/blog/10-things/10-tips-for-smarter-more-efficient-internet-searching/> (дата обращения: 22.02.2020)

ALA (1989). ALA Presidential Committee on Information Literacy. Final report. American Library Association.

Big Data, for better or worse: 90% of world's data generated over last two years. URL: <https://www.sciencedaily.com/releases/2013/05/130522085217.htm> (дата обращения: 22.02.2020)

Brain scans reveal 'gray matter' differences in media multitaskers. URL: https://www.eurekalert.org/pub_releases/2014-09/uos-bsr092314.php (дата обращения: 22.02.2020)

Digital Junkie - Information Overload. URL: https://www.youtube.com/watch?time_continue=23&v=VxfGuZ5Bsgk (дата обращения: 22.02.2020)

IA Strategy: Addressing the Signatures of Information Overload. URL: <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/02/ia-strategy-addressing-the-signatures-of-information-overload.php> (дата обращения: 22.02.2020)

Information Overload or a Search for Meaning? URL: <https://www.the-american-interest.com/2015/12/17/information-overload-or-a-search-for-meaning/> (дата обращения: 22.02.2020)

It's Not Information Overload. It's Filter Failure. URL: <http://www.mascontext.com/issues/7-information-fall-10/its-not-information-overload-its-filter-failure/> (дата обращения: 22.02.2020)

Lang, A. The limited capacity model of mediated message processing. Journal of Communication, 50(1), 46–70.

Martin, A. (2006). Literacies for the digital age. In Martin, A. & D. Madigan (eds.). Digital literacies for learning. Pp. 3–25. Facet.

Media multitaskers pay mental price, Stanford study shows. URL: <https://news.stanford.edu/news/2009/august24/multitask-research-study-082409.html> (дата обращения: 22.02.2020)

Milgram, S. (1970). The Experience of Living in the Cities. In Science, March, 13: 1461-1468

Multitasking Damages Your Brain And Career, New Studies Suggest. URL: <https://www.forbes.com/sites/travisbradberry/2014/10/08/multitasking-damages->

[your-brain-and-career-new-studies-suggest/#6161415056ee](#) (дата обращения: 22.02.2020)

Overload! Journalism's battle for relevance in an age of too much information. URL: https://archives.cjr.org/feature/overload_1.php?page=all (дата обращения: 22.02.2020)

Варвара Чумакова: «Неспособность справиться с потоком информации мучила еще греков». URL: <https://futurist.ru/articles/712> (дата обращения: 22.02.2020)

ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

УДК 342.3-342.6

СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ КАК ПРИОРИТЕТ ПРАВОВОЙ ПОЛИТИКИ В СИСТЕМЕ ДУХОВНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

SOCIAL JUSTICE AS A PRIORITY OF LEGAL POLICY IN THE SYSTEM OF SPIRITUAL SECURITY OF MODERN RUSSIA

Мазуренко А.П.,^{*}

Голдин П.Ф.^{**}

В предлагаемой статье авторы обосновывают понятие и содержание концепта «социальная справедливость» в качестве приоритета правовой политики в сфере духовной безопасности современной России.

In the proposed article, the authors justify the priority of the concept of "social justice" as a priority of the system of spiritual security in modern Russia.

Ключевые слова: правовая политика, приоритет, справедливость, социальная справедливость, духовность, нравственность, безопасность, духовная безопасность, национальная безопасность.

Keywords: justice, social justice, spirituality, morality, security, spiritual security, national security.

DOI 10.37691/2619-0265-2020-0-1-157-166

^{*} Мазуренко А.П., доктор юридических наук, доцент, декан факультета экономики и управления, Северо-Кавказский институт (филиал) АНО ВО Московского гуманитарно-экономического университета, Россия. E-mail: decanpetrovich@mail.ru

Mazurenko A.P., doctor of law, associate Professor, Dean of the faculty of Economics and management, North Caucasus Institute (branch) of the Moscow state University of Humanities and Economics, Russia. E-mail: decanpetrovich@mail.ru

^{**} Голдин П.Ф., аспирант АНО ВО Московского гуманитарно-экономического университета, Россия. E-mail: goldinkmv@yandex.ru

Goldin P. F., post-graduate student ANO VO of the Moscow University of Humanities and Economics, Russia tel: 8.928.318.3017; E-mail: goldinkmv@yandex.ru

Справедливость, как известно, связана, главным образом, с отношениями между человеком и человеком. Справедливость имеет место в персональном психологическом ощущении личности при реализации воздаваемого. Отсюда под справедливостью, на наш взгляд, следует понимать комфортное ощущение человеком соответствия своих представлений о должном ему извне и воздаваемом, причём, когда сущность этих отношений согласуется с этическими представлениями той социальной среды, в которой эти отношения действуют. Когда же человек в своих коммуникациях связан с государством или с обществом, то тогда и возникает понятие «социальность справедливости» и здесь логично говорить о ней как об одном из приоритетов правовой политики¹.

Социальная справедливость – это равновзвешенные отношения (ожидания-воздаяния) между человеком-обществом, обществом-государством, государством-человеком, при котором обе стороны отношений испытывают удовлетворение при их реализации, причём, когда сущность этих отношений согласуется с действующим правом, выстроенном на базе духовно-нравственных ценностей социума, в котором действуют эти отношения.

В концепте «социальная справедливость» участвуют три стороны.

На уровне человека – это ощущение личностью соответствия достойного воздаяния и воздаваемого.

На уровне общества. Социум устанавливает аксиологические оценки и соотносит с ними должное и воздаваемое. Социум также ждет от государства и личности некоего адекватного воздаяния.

На уровне государства. У государства также возникают ожидания от общества и человека, которые они либо осуществляют, либо нет.²

¹ О правовой политике см.: Малько А.В. Теория правовой политики: монография. М., 2012. 328 с.

² Например: долг защиты Отечества, производство благ, вклад в культуру, в социальные уклады и т.п.

Таким образом, социальная справедливость имеет место быть лишь тогда, когда между человеком, обществом и государством возникают равновзвешенные отношения, согласно тех правовых и этических норм, которые действуют в социуме.

Наряду с формальным установлением прав и свобод человека ещё нужны гарантии их реализации. У личности должна быть уверенность в том, что она в социальных связях получит ожидаемое. Тогда ощущение достоинства венчает социальные коммуникации: желаемое – удовлетворение – комфортность – справедливость – достоинство.

Принцип «равенство в достоинстве» означает определение для самого себя планки достойного социального воздаяния. Все люди равны в своём праве на ощущение ими всех внешних коммуникаций как справедливых и достойных. Это дает возможность личности ощущать себя человеком достойным. В идеале каждая личность в результате действия конкретных механизмов государства должна достигать одинаково комфортного состояния. Какие же это механизмы? Это институты, функции, процедуры государства, акцентированные доминирующей идеологией, которая несёт в себе приоритетные духовно-нравственные ценности. Без её имплементации в соответствующие конструкты нужного результата не получить.

По мнению профессора Н.И. Лапина «В созидательном социальном государстве ключевой становится ценность человеческого достоинства. ...Достоинство в равной мере свойственно каждому человеку. Поэтому концепт человеческого достоинства имеет универсальный характер. ...в России ...до сих пор гуманистическая ценность человеческого достоинства институционально не укоренена».³

³ Лапин Н.И. О раскрытии активной гуманистической функции социального государства в России // Власть, 2019. Том. 27. № 2. С. 9-17. // URL: <https://doi.org/10.31171/vlast.v27i2.6291>. (Дата обращения 22.02.2020).

Существуют две технологии достижения справедливости: приrost воздаяния и минимизация ожидания. То есть, чем меньше субъект будет ожидать воздаяния, тем более будет удовлетворён воздаваемым, при прочих равных условиях. Справедливость здесь достигается в любом случае. На ощущение справедливости влияют и идеальные воздаяния. Можно не доедать, но ощущать справедливость, при признании должных заслуг.

Справедливость сущностная характеристика нравственности. В русской ментальности, чувство справедливости, воспитанное духовными ценностями православия и, в некоторой степени, социалистической идеологией, задает высокий уровень нравственного развития и отдельной личности, и социума. Для России присуща мессианская идея, связанная с установлением справедливости как общего блага.

Проблема справедливости тесно связана с правом. «Право есть искусство добра и справедливости». Категории «право» и «справедливость» обнаруживают общий корень – «прав». То, что выражает право, должно быть справедливым, соответствовать праву и следовать ему. Право по определению должно быть справедливо, а справедливость должна быть внутренним свойством права. В связи с этим необходимо отметить:

Первое. Справедливость как принцип права призван учитывать интересы различных сторон формально-равными для всех. Осознание человеком того, что законы работают одинаково в отношении абсолютно всех, придает личности ощущение психологического комфорта. Принцип справедливости должен неукоснительно осуществляться как принцип формального равенства в нормативных актах.

Второе. В Конституции России заявлен стандарт прав человека, однако формально государство не обеспечивает его в полной мере, так как в Конституции отсутствует институт гарантий правоисполнения. Нет

прописанных гарантий исполнения указанных прав.⁴ Поэтому вопрос реализации справедливости упирается в проблему правоприменения.

Для исполнения справедливости необходимо создать механизм-гарант исполнения права. Право добиваться справедливости следует выделить в отдельное конституционное право. Для его обеспечения необходимо не только иметь законы на основе формального равенства, но и гарантировать их реализацию с позиции формального равенства.

С приходом в Россию социал-дарвинистской идеологии либерализма восторжествовал принцип конкурентоспособности. «Прогрессирует» социальное расслоение. Результаты исследований указывают, что около 7% наших сограждан могут считаться средним классом. В развитых странах, на средний класс приходится 40-60% населения.⁵ Почти десятикратная разница указывает на отсутствие стабилизирующего социального фактора, поскольку именно средний класс считается залогом устойчивости социальной системы. Значительная часть правящей элиты, не сдерживаемая справедливым правоприменением, рассматривает, как опасность любую попытку оздоровить властно-правовой климат акцентированным применением принципа справедливости, что будет вести к возрастанию социальной напряжённости. Её предпосылки:⁶

- отсутствие общенациональной идеологии (представления о справедливости должны сослагаться с духовно-нравственными ценностями в аксиологическом поле общенациональной идеологии и на этой основе должны согласоваться интересы различных социальных групп, что реально отсутствует);

⁴ Например: до абсурда доведена свобода собраний, де-юре уведомительный порядок проведения публичных мероприятий на практике же получить-то такое разрешение почти нереально.

⁵ Если следовать критериям экспертов, всего 7% россиян — реальный средний класс, тогда как в США это — 52% населения» // Московский комсомолец. URL: <https://www.mk.ru/economics/2018/06/19/obidnaya-statistika-sredniy-klass-v-rossii-okazalsya-nishhim.html> (Дата обращения 22.02.2020).

⁶ Аргунова В.Н., Багдасарян В.Э., Сулакшин С.С. и др. Государство справедливости — праведное государство (от теории к проекту). М., 2018. С. 131.

- системное игнорирование в России принципа справедливости для устроения власти в государстве и общественной жизни;
- отсутствие нормативно прописанной ответственности власти за принимаемые решения и их последствия;
- проведение ущербной либеральной социально-экономической политики (огольная приватизация государственной собственности, плоская шкала налогообложения, демонетизация и т. д.), что большинство населения России считает абсолютно несправедливым;
- отсутствие справедливости как общенациональной ценности;⁷
- не развитое гражданское общество.

Имплементация принципа справедливости должна происходить на приоритетном общенациональном идеологическом базисе, тогда определяющими будут не столько материальные потребности, которые скорее разъединяют, а духовно-нравственные ценности, которые, наоборот объединяют людей. На этой аксиологической основе, необходим поиск оптимальной сбалансированности групповых и личностных интересов.

Важно соотнести концепт «социальная справедливость» с концептом «социального государства». Согласно ч. 1 ст. 7 Конституции: «Российская Федерация – социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека»,⁸ Россия конституционно заявлена социальным государством. Гражданам России предоставляется право «на труд, отдых, социальное обеспечение, жилище, охрану здоровья и медицинскую помощь, образование». Однако государству эти надлежащие положения формально не вменяются, и

⁷ В Стратегии национальной безопасности РФ от 31.12.2015 г. N 683, справедливость указывается в качестве одной из важнейших духовно-нравственных ценностей. Однако она не заявлена в качестве основополагающей, а находится всего лишь в блоке «Культура» (п. 76), что фактически не делает её обязательной при проведении политики по другим направлениям (экономике, внутренней политике и т.д.).

⁸ Ч. 2. ст. 7. Конституции Российской Федерации // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_191669/. (Дата сохранения: 01.04.2019).

речь идет лишь о том, что политика государства направлена на «создание условий». Расплывчатость понятия «направлена» не гарантирует исполнение этих прав. «Направленность» и гарантия результата – это разные вещи.

Далее приведён перечень социально обязательных задач государства: «охраняются труд и здоровье людей, устанавливается гарантированный минимальный размер оплаты труда, обеспечивается государственная поддержка семьи, материнства, отцовства и детства, инвалидов и пожилых граждан, развивается система социальных служб, устанавливаются государственные пенсии, пособия и иные гарантии социальной защиты».⁹ Из чего видно, что государство в рамках либеральной модели не столько обеспечивает эффективное развитие человеческого потенциала, сколько решает обычные социальные задачи.

В Конституции России, должны быть прописаны направления реализации принципа социальной справедливости, обеспечивающие духовную безопасность в рассматриваемом приоритете. К ним можно отнести:¹⁰

1. Имплементация представлений о социальной справедливости в нормы российского законодательства;¹¹

2. Перераспределение доходов разноуровневых бюджетов в пользу незащищённых социальных слоёв;¹²

3. Социальное регулирование труда и его справедливая оплата;¹³

⁹ Там же.

¹⁰ Гаганов А.А. Российская Конституция и право о социальной справедливости // Электронный ресурс URL: <http://rusrand.ru/docconf/rossiyskaya-konstituciya-i-pravo-o-socialnoy-spravedlivosti> (Дата обращения 22.02.2020).

¹¹ Согласно части 1 ст. 7 Конституции: «Российская Федерация – социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека». Социальная справедливость, как категория, даже не упоминается в тексте. Как же её можно достичь, хотя это положение есть стратегическая цель «социального государства»?

¹² Конституция России не содержит принципа социально справедливого перераспределения, в соответствии с которым доходы разноуровневых бюджетов должны быть перераспределены в пользу социально уязвимых. В ней такая проблема даже не обозначается.

¹³ Кто работает по трудовому договору, тому, согласно Трудового кодекса РФ от 30.12.2001 N 197-ФЗ гарантируются установленные федеральным законом продолжительность рабочего времени, выходные и праздничные дни, оплачиваемый ежегодный отпуск. Однако, для работающих по гражданско-правовому договору или без оформления, все эти права не гарантируются. В России некоторые работодатели стремятся не заключать с работником трудовой договор в соответствии с законодательством, чтобы «минимизировать»

4. Социальная защита уязвимых слоев населения;¹⁴

5. Доступное образование;

6. Доступное здравоохранение;¹⁵

7. Достойная общественно-государственная оценка социальной деятельности личности, в виде нематериальных поощрений и наград.¹⁶

Наличие таких маркеров формируют государство как социальное. Однако справедливым оно будет лишь при целенаправленном формировании в институтах государства норм (ориентированных на реализацию духовно-нравственной компоненты), функционирование которых будет целенаправленно вести к социально справедливому результату. Принцип социальной справедливости, как и принцип нравственности, должен лежать в основе всех отраслей права.

Ключевой формулой конституционного здания государства социальной справедливости является установление императива: каждый гражданин России, должен быть счастлив. Счастье каждого есть наиважнейшая функция государства социальной справедливости. Счастье же человека – это полнота удовлетворения его трёх природных начал: тела, души и духа, что в свою очередь вызывает ощущение общего психологического комфорта личности. Для осуществления этого необходим государственный механизм заботы о

налогообложение. ТК РФ содержит ряд норм, призванных бороться с такими явлениями. Но эти нормы системно игнорируются и его исполнение никто эффективно не контролирует.

¹⁴ Согласно В. Хулапа, И.В. Астэр к этим категориям относятся: «граждане пожилого возраста одинокие и одиноко проживающие; инвалиды Великой Отечественной войны и семьи погибших военнослужащих; инвалиды, в том числе инвалиды с детства и дети-инвалиды; граждане, пострадавшие от последствий аварии на Чернобыльской АЭС и радиоактивных выбросов в других местах; безработные; вынужденные беженцы и переселенцы; дети — сироты, дети, оставшиеся без попечения родителей и семьи, в которых они проживают; дети с девиантным поведением; малообеспеченные семьи; многодетные семьи; одинокие матери; граждане, инфицированные ВИЧ или больные СПИДом; лица без определенного места жительства» // Политика в области охраны здоровья и окружающей среды. Мультимедийное учебное пособие / Под ред. В. Хулапа, И. Астэр. СПб, 2014 // URL: http://social-orthodox.info/3_2.htm; (Дата обращения 22.02.2020).

¹⁵ К чести нашего здравоохранения оно демонстрирует устойчивую позитивную динамику одного из основных маркеров развития отрасли – увеличение продолжительности жизни (2010 – 68,9 года; 2015 – 71,4 года; 2019 – 72,6 года) // URL: https://ruxpert.ru/Статистика:Продолжительность_жизни_в_России; (Дата обращения 22.02.2020).

¹⁶ Далеко не все социально значимые усилия граждан России получают адекватное воплощение в современной наградной системе. Например, адекватное общественное поощрение за труд многодетным родителям.

каждом человеке. Государственная власть должна быть устроена так, чтобы каждый человек попадал в поле её внимания тогда, когда его собственных сил оказывается недостаточно для решения его проблем. Это должен быть ключевой институт Уполномоченного по правам человека. Этот институт, находясь в президентской вертикали, должен выступать как высший мониторинговый и надзорный орган государства и прямая связь каждого отдельного человека с гарантом Конституции, тогда в государстве возникнет «нервная система», чувствующая и приводящая в действие механизмы заботы о каждом конкретном человеке.¹⁷ Таким образом, социальная справедливость должна рассматриваться в качестве одного из основных приоритетов правовой политики современного Российского государства.

Литература:

1. Конституция Российской Федерации (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_191669/.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации, от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 16.12.2019) // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_191669/.
3. Указ Президента РФ от 31.12.2015 г. N 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_191669/.
4. Малько А.В. Теория правовой политики: монография. М.: Изд. СПАРК, 2012. 328 с.

¹⁷ См.: Сулакшин С.С., Багдасарян В.Э., Вилисов М.В. и др. Нравственное государство: от теории к проекту. Монография. М., 2015. С. 424.

5. Лапин Н.И. О раскрытии активной гуманистической функции социального государства в России // Власть. 2019. Том. 27. № 2. С. 9-17. URL: <https://doi.org/10.31171/vlast.v27i2.6291>.

6. Гаганов А.А. Российская Конституция и право социальной справедливости // URL: <http://rusrand.ru/docconf/rossiyskaya-konstituciya-i-pravo-o-socialnoy-spravedlivosti>

7. Сулакшин С.С., Багдасарян В.Э., Вилисов М.В. и др. Нравственное государство: от теории к проекту. М.: Наука и политика. 2015. 424 с.

8. Аргунова В.Н., В.Э. Багдасарян, Сулакшин С.С. и др. Государство справедливости – праведное государство (от теории к проекту). М.: Наука и политика, 2018. 512 с.

9. Политика в области охраны здоровья и окружающей среды. Мультимедийное учебное пособие / Под ред. В. Хулапа, И. Астэр. СПб: СПбГИПСП, 2014. URL: http://social-orthodox.info/3_2.htm.

УДК 342

**ОТРАЖЕНИЕ ТЕМЫ «НАЛОГ НА САМОЗАНЯТЫХ» В
СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ**

**REFLECTION OF THE TOPIC "TAX ON SELF-EMPLOYED" IN
MODERN RUSSIAN MEDIA**

*Пугачева К.Ю.**

В статье кратко приводится история появления налогов в нашей стране и за рубежом (от древности до наших дней), рассматривается налог на «самозанятых» и отношение разных типов СМИ (информационных агентств, газет, журналов) на появление нового налога.

The article summarizes the history of the emergence of taxes in our country and abroad (from antiquity to the present day, is considered a tax on "self-employed" and for different types of media (news agencies, Newspapers, magazines) in the new tax.

Ключевые слова: *налог, самозанятый, средства массовой информации, текст.*

Key words: *tax, self-employed, media, text.*

DOI 10.37691/2619-0265-2020-0-1-167-181

Тема налогов остается актуальной уже на протяжении тысячелетий. По мнению исследователей, налоги платились уже 2500 лет назад. Например, в Древнем Египте, где власть принадлежала мощной бюрократии, потребность в деньгах для содержания такого государственного аппарата оказалась столь

* Пугачева К.Ю., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и связей с общественностью, Московский гуманитарно-экономический университет, г. Москва, РФ, e-mail: domashnayarabota@yandex.ru

Pugacheva K. Yu., p.h.d. of philological Sciences, docent Department of journalism and public relations, Moscow University of Humanities and Economics, Moscow, Russia, e-mail: domashnayarabota@yandex.ru

велика, что породила множество разнообразных налогов. Налоговые чиновники (их функции в то время выполняли писцы — самые грамотные члены общества) сопровождали египтян даже в загробную жизнь: в гробницах фараонов среди статуэток прочих слуг, призванных сопровождать владыку после смерти, обнаруживаются и статуэтки писцов-налоговиков. Они должны были и на том свете помогать фараону наполнять государственную казну. С эпохи Античности и до наших дней людей волнует 2 главных вопроса: кто должен платить налоги и с чего именно. Если обратиться к нашей истории и западной, то, на протяжении многих веков налоги (высокие) платили представители «неблагородных» слоев общества, например, крестьяне и ремесленники, торговцы и жители колоний. Эти налоги тратились на содержание верховной власти, аристократии, государственного аппарата, церкви, армии. При этом, идеи сбора налогов в современном понимании возникали не сразу, а постепенно. 1 вариант пользы от налога — люди делали подарок властелину в благодарность за защиту от врагов. 2 вариант - идея смиренной просьбы правительства к народу о поддержке ради решения общих задач нации. 3 вариант - представление о необходимости помощи граждан своему правительству деньгами. 4 вариант - идея о жертвах, приносимых гражданами в интересах государства. 5 вариант - теория о долге гражданина перед государством. 6 вариантом стала убежденность в праве государства принудительно изымать деньги у граждан ради общего блага страны. И, наконец, 7 вариант- представление о налогах как о необходимой плате за жизнь в цивилизованном обществе.

На протяжении веков люди искали — с чего именно можно было брать налоги. Например, в эпоху Античности, в Древнем Риме граждане платили 46 разных налогов и сборов: начиная от уплаты портовой пошлины при погрузке и выгрузке товаров и налога (богатыми) на владение рабами до сбора на воздвижение статуй и налога на мыло. При этом уже в Риме платили

как прямые налоги, так и косвенные. Например, пошлину с вина платили только те, кто торговал вином (косвенный налог), а сбор на золотой венок в качестве выражения верноподданнических чувств представителю высшей власти платили все граждане. Они были обязаны выражать верноподданнические чувства правителю и это – прямой налог. Так как налогов было много, система – громоздкой, появилась коррупция (было проще заплатить взятку чиновнику, чтобы тот не замечал неуплаты налогов). В итоге Г.Ю. Цезарю пришлось провести реформу - уменьшить количество налогов и установить государственный контроль за налогообложением. Эта реформа несколько улучшила ситуацию, но затем налоговое бремя римлян вновь стало возрастать, и возможно, стало 1 из многих причин упадка Империи. В Средневековье налоги были 1 из доходов римско-католической церкви. Содержание короля и его двора, армии, благосостояние дворянства обеспечивались за счет платы, которая взималась с крестьян, живших и работавших на землях феодалов. В эпоху Нового Времени главным стал налог на землю, которая была главным источником богатства в экономике всех стран. Поначалу размер земельного налога определялся площадью сельскохозяйственных земель, и лишь потом родилась идея брать налог в зависимости от того годового дохода, который землевладелец мог получить от использования своей земли. Родившись из натуральных сборов, налоги получили широкое распространение после введения денежной системы. Высокие налоги всегда злили население и приводили к восстаниям (историки насчитывают только в Европе более 80 таких "налоговых бунтов"). Одним из самых знаменитых стало "бостонское чаепитие" в США 1773 г. – как ответ на «Акты Тауншенда» - жители тогдашней английской колонии в Новом свете отказались платить очень высокие косвенные налоги на чай, стекло, бумагу, краски и т.д. Американские типографии в значительной степени зависели от европейских поставок бумаги, поэтому Закон о гербовом сборе и Акты

Тауншенда, приводившие к нехватке бумаги, спровоцировали сильнейшее негодование американской прессы, повлиявшие на общественное мнение в плане развития идей о независимости страны от метрополии. Хотя потом английское правительство и пошло на отмену непопулярных налогов, но, было поздно. Избежать войны с колониями не удалось, она длилась несколько лет и в 1783 г. США получили независимость. Ученые 18-19 вв. задумались о том, как сделать налоговые системы более разумными, простыми и соответственно менее раздражающими налогоплательщиков. В итоге главным источником государственных доходов стали налоги на доходы граждан и организаций. Прообраз современного налога на доходы ввели в Англии в 1799 году в связи с необходимостью найти деньги для войны с Наполеоном, после его разгрома англичане тут же отменили этот "неприятный" налог, и почти четверть века власти не решались его вновь ввести. Возрожденный спустя десятилетия, он стал образцом для аналогичных налогов в других странах. Но и там он приживался столь же тяжело, как и в Англии. И это не удивительно, поскольку любые новшества в налоговой сфере всегда встречают сопротивление налогоплательщиков, объявляющих новый налог неразумным или несправедливым.

В нашей стране уже с конца IX в. собиралась князьями с населения дань – прямой налог. По мнению историков, его собирали с обитаемого жилища или с плуга (как главного орудия труда). При этом развитие страны сильно зависело от того, как правители собирали налоги. Со школы известна история трагической гибели киевского князя Игоря, который ввел для своих подданных (племени древлян) достаточно высокий налог. При этом, получив уже дань – снова вернулся и потребовал заплатить ему во 2-ой раз. Такое двукратное требование дани возмутило древлян и они убили князя Игоря. А его вдове, княгине Ольге, пришлось очень жестоко отомстить древлянам (чтобы показать силу государства и продолжить сбор налогов). Дальнейшее

развитие налоговой системы в России, так же, как и во всем мире, пошло по пути изобретения различного рода косвенных налогов. После поражения русских войск в войне с татаро-монголами (13 в.), основным на Руси стал налог с головы — мужской и головы скота. Этот налог, называвшийся "выход", русские князья, ставшие вассалами монголов, должны были собирать сами, а потом передавать великому князю, который все собранное отправлял в Орду. Споры о размерах налоговых выплат становились причиной очередных нашествий татаро-монголов. Например, нашествие хана Тохтамыша было вызвано тем, что великий князь Дмитрий Донской (1350—1380) попытался добиться от темника Мамая, реального правителя Золотой Орды, меньшей величины "выхода", чем ранее платили великие князья Руси. Но после победы Тохтамыша и полонения сына Дмитрия Донского Василия великому князю пришлось капитулировать и заплатить Орде огромный "выход". При этом великим князьям приходилось содержать на свои деньги посла Орды и всю его огромную свиту (когда те приезжали за деньгами). Деньги на собственные нужды русские князья в этих условиях могли собрать только за счет косвенных налогов, и прежде всего за счет торговых сборов. Чтобы получить больше денег в казну князь Иван Калита и его потомки решились о объединение земель вокруг Москвы (для чего пришлось и повоевать с соседними княжествами). увеличение размеров государства порождало рост расходов на управление им, и московские князья начали изобретать новые косвенные налоги. В результате на Руси были введены налоги за право осуществлять серебряное литье, клеймить лошадей, варить соль, ловить рыбу. Налог стали брать и за вступление в брак. В результате Русь в вопросах организации налогообложения двигалась по пути, проложенному Римом. При князе Иване 3 пришлось проводить перепись населения (чтобы полностью и со всех жителей собрать налоги). При последующих царях и императорах налоговая система Московии, потом

Российской империи продолжала развиваться и совершенствоваться (появлялись, например, новые профессии, связанные со сбором налогов). При советской власти главным было платить отчисления прибыли предприятий (их размер устанавливался государством — собственником этих предприятий — весьма произвольно, без всякого участия законодательной власти), плата за здание, сооружения и оборудование предприятий (фонды), а также налог с оборота. Последний платили преимущественно те предприятия, которые делали потребительские товары. Все прочие налоги, включая подоходный (его ставка была одинаковой для всех и составляла 13% от месячной зарплаты), играли лишь вспомогательную роль в формировании доходов. Государство реально отбирало у предприятий и граждан практически все доходы, а потом выдавало им зарплату, мизерные проценты на вклады, хранившиеся в сберкассах, и пособия пенсионерам, одиноким матерям, инвалидам и другим категориям малоимущих граждан.

С развалом СССР в 1991 г. и по настоящее время Российская Федерация по-новому строит хозяйственную и общественную жизнь. Поэтому постоянно происходят серьезные изменения в организации сбора налогов.

Сегодня принято считать, что налог — это обязательный платеж установленного размера. Он может взиматься с частных предпринимателей, а также различных организаций, которые занимаются коммерческой деятельностью с целью получения прибыли. В этом случае получается так, что налог не просто деньги, поступающие на счет госорганов, а плата за предоставления права осуществлять определенную деятельность на территории страны. Налоги должны платить компании, предприятия, бизнес-структуры. За их сбор отвечают всевозможные уполномоченные лица, организации, включая налоговые инспекции и таможню. В каждом регионе страны существует своя система выплаты налоговых сборов, которая

согласовывая с центральным органом. Полная информация об этом содержится в Налоговом Кодексе. В котором прописаны закрепленные виды налогов. Строго запрещается дополнять и исправлять несогласованные изменения.

В 8 статье Налогового Кодекса приводится разъяснение понятий «налог», «сбор», «страховой взнос» [1].

Чтобы люди могли платить налоги (определенный процент с налогов), государство должно дать возможность работать и зарабатывать. Для чего государству приходится заниматься обучением и подготовкой кадров для различных отраслей промышленности, с/х. Считается, что подготовленные кадры смогут контролировать расходы государства на должном уровне. Ведь при бедности людей и брать будет не с кого заявленные проценты. Это и есть задача налогового органа - собрать деньги на будущие нужды общества. Полученные средства стекаются в Центр. Далее идет перераспределение по регионам в соответствии с нуждами населения. Часть этих денег забирает на себя содержание государственных работников, военных структур и других. А неуплата налогов считается очень серьезным преступлением. За это предусматривается уголовное наказание, вплоть до лишения свободы на несколько лет. Все зависит от суммы ущерба, нанесенного государству.

Налоговая база постоянно изменяется, страны обмениваются в этом направлении опыт друг с другом, старые статьи отменяются, появляются новые. Так, несколько лет назад в нашей стране на официальном уровне чиновники заговорили о «самозанятых» гражданах и том, что их доходы стоило бы обложить новым налогом. Встал вопрос - кто это? По мнению экспертов «самозанятые» - это люди (физические лица), выполняющие работы и оказывающие профессиональные услуги гражданам и

организациям» [2]. И они сами «не имеют работодателя и не привлекают наемных работников по трудовым договорам» [3].

В конце 2018 г., точнее 27 ноября 2018 г. на свет появился Федеральный закон № 422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» в городе федерального значения Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан)», вступивший в силу 1 января 2019 г [4].

Информируя население о новой инициативе чиновников, отечественные СМИ стали писать и говорить, что это новый федеральный закон. Но, на самом деле – это не совсем так. Власти всего лишь решили провести в 4 регионах страны: в 1 городе федерального значения (Москве), 2-х областях (Московской и Калужской) и 1 республике (Республике Татарстан) эксперимент, сроком на 10 лет (по 31 декабря 2028 г.) чтобы заставить людей, работающих в «теневом» секторе экономики, начать легально платить налоги со своей прибыли. Власти еще в 2016 г. считали, что «...в России доля людей, занятых в «теневом бизнесе», может составлять до 30 млн. человек. Тогда и было принято решение принять законы, согласно которым определённым категориям лиц, представился бы шанс выйти из тени. Но понятно, что просто так оттуда никого не выманить. Поэтому в НК РФ ввели одновременно пункт об обязанности регистрации и предоставлении «налоговых каникул». Именно с внесения 30.11.2016 в НК РФ пункта 7.3. статьи 83 НК РФ началось активное использование понятия «самозанятые» [3]. Поэтому «На сайте ФНС и в правовых базах появилась официальная Информация «О постановке на учёт самозанятых граждан». Как ни старались законодатели, а выманить из тени почти никого не удалось: на 01.08.2018 года уведомления в ФМС подало всего 1839 человек. Ну что же, если этот эксперимент не удался, то нужно попробовать другой. Несмотря на то, что Вестник МГЭИ (on line), № 1, 2020

уже давно привыкли к экспериментам в законодательстве о налогах и сборах (чего только стоят изменения по страховым взносам- то ЕСН и платим в налоговую, то страховые взносы и платим в фонды, то опять платим в налоговую....) следующий шаг в сторону самозанятых стал самым-самым: всем экспериментам эксперимент...» [3] - о введение налога на профессиональный доход.

СМИ (традиционная периодика, аудиовизуальные СМИ, интернет-издания, блогосфера) стали размещать материалы на тему эксперимента властей. Например, «Российская газета» (официальный орган Правительства России с 11.11.1990 г.) опубликовала текст Федеральный закон № 422-ФЗ «О проведении эксперимента...», после чего государственный документ вступил в силу.

Информационные агентства так же стали ставить на свои ленты кратко и лаконично информацию о налоге на самозанятых, постоянно дополняя и расширяя материалы. Например, 18 мая 2018 г. информационное агентство «REGNUM» на своей ленте опубликовала материал под заголовком «СМИ: самозанятых граждан России обложат налогами», в котором, со ссылкой на газету «Известия», говорилось, что самозанятым гражданам придется платить взносы в «Пенсионный фонд РФ и Федеральный фонд обязательного медицинского страхования», что «Соответствующий законопроект, отмечает издание, уже согласован между Минюстом РФ и прочими ведомствами. Однако пока нерешённым остаётся вопрос, как именно будут начисляться выплаты. В Минфине РФ ранее предлагали взимать с самозанятых 3–6% налог, в то время как Минэкономразвития РФ предлагало взимать проценты с каждой транзакции» [5].

В итоге правительство ввело для самозанятых граждан, работающих с физическими лицами ставку налога (с дохода) в 4%, а при работе с компаниями больше – 6%. Об этом можно прочитать в материале «Введение Вестник МГЭИ (on line), № 1, 2020

налога на самозанятых обсуждают в Госдуме» [6]. Так же из этого материала следует, что в следующем 2020 г. (с 1 января) налог «решено ввести еще в 19 субъектах, в том числе в Петербурге. С 1 июля будущего года мера распространится на все без исключения российские регионы» [6].

ИА «ТАСС» разместило на лентах аналогичный материал под заголовком «Госдума одобрила во II чтении введение налога на самозанятых еще в 19 регионах», из которого аудитория узнает, как уже известную информацию (что с 2020 г. в 23 регионах страны будет работать этот налог), так и новые подробности: «МОСКВА, 4 декабря. /ТАСС/. Госдума приняла во втором чтении законопроект о введении налога на самозанятых в регионах-донорах и регионах с городами-миллионниками начиная с 1 января 2020 года», «Как отмечают авторы законопроекта, мониторинг, проведенный ФНС, показал, что особенности этого налогового режима - упрощенный порядок регистрации, освобождение от использования контрольно-кассовой техники, отсутствие какой-либо отчетности перед государственными органами и комфортные размеры налоговых ставок - оказались востребованы налогоплательщиками, ранее не уплачивавшими налоги. [...] Согласно данным мониторинга, около 50% самозанятых (от уже зарегистрированных) не декларировали свои доходы в 2018 году, следовательно, не уплачивали какие-либо налоги и иные обязательные платежи. При этом на сегодняшний день суммарный доход самозанятых составляет около 30 млрд рублей, подчеркивают авторы законопроекта» [7].

Отметим, что общественно-политические издания «дублируют» новости о теме налога для самозанятых, стараясь давать аудитории информацию в жанре событийных заметок. Например, газета «Аргументы и факты» со ссылкой на ИА «РИА Новости» 5 декабря 2019 г. проинформировала свою аудиторию о том, что со следующего года, после принятого ГД очередного закона эксперимент по взиманию налога на

Вестник МГЭИ (on line), № 1, 2020

профессиональный доход, продолжится, дополнительно, еще в 19 регионах страны [8]. Из текста следует, что определенная польза от «налога на самозанятых» все же есть, так как «По данным ФНС на 31 октября 2019 года, около 260 тысяч россиян зарегистрировались в качестве самозанятых» и «Суммарный доход самозанятых сегодня - около 30 млрд рублей» [8]. Это же издание в другом материале журналиста Алексея Полунина «Сам себе хозяин. Что выиграли репетиторы и таксисты, ставшие самозанятыми» (от 18.11.2019 г.) кратко рассматривает плюсы и минусы налога и рассматривает опасения властей по поводу неисполнения закона со стороны граждан [9]. Из материала следует, что среди самозанятых граждан, вставших на учет в налоговой, «больше всего водителей такси, репетиторов, консультантов и людей, сдающих квартиры» [9]. При этом нужно отметить, что в материалах часто даются ссылки на мнения профессиональных экспертов (например, юристов, консультантов по налогообложению малого бизнеса, политиков).

Что касается специализированных изданий, то многие из них, освещая интересующую нас тему, стали публиковать достаточно развернутые и подробные тексты с правовой и юридической сторон, т.е. давать аналитику. Например, материал генерального директора ООО «Стандарты Аудита» Людмилы Ганичевой «50 оттенков самозанятых» (выше уже приводили ссылку на этот материал), в котором автор подробно разъясняет отдельные аспекты современного российского налогообложения и Налогового Кодекса, рассматривает, какие категории граждан могут работать как самозанятые и, соответственно, как им нужно платить налоги и что случится, если они этого не сделают.

Информационно-развлекательный портал «FB.ru», (позиционирующий себя как социальная сеть, созданная для общения и обмена информацией) еще в 2016 г. стала размещать у себя материалы о налогах и самозанятых гражданах. Например, материал Потаповой Елизаветы от 30.11.2016 г.

«Налоговый кодекс. Самозанятые граждане - это...», в котором подробно, с иллюстрациями описаны нюансы работы граждан на себя [10].

С точки зрения бизнеса вопрос о самозанятых (и их отчетности перед ФНС) рассматривается в материалах «СКБ-Контур» (эта организация стала одной из первых разработчиков программного обеспечения в России. С 1988 года компания помогает руководителям и бухгалтерам легче взаимодействовать с государством и контрагентами, упрощать внутренние процессы и быстрее справляться с ежедневными задачами), например, в тексте Марины Крицкой «На что могут рассчитывать самозанятые?» [11], подробно рассмотрены тонкости и нюансы налогообложения самозанятых с примерами.

Нужно отметить, что юристы часто становятся экспертами различных деловых изданий. При этом материалы на юридическую тему стараются «переводить» на доступный и понятный большинству аудитории язык. Таким можно считать, например, материал, опубликованный на сайте делового онлайн журнала «ПАПА ПОМОГ» (за декабрь 2018 г.) эксперта по юридическим вопросам Евгения Жукова «Самозанятые граждане — полный обзор темы + преимущества и особенности при признании себя самозанятым». В материале так же подробно, с примерами, разбираются особенности налога на самозанятых [12].

По данным социальных опросов (на 2019 г.), 47% людей отрицательно отнеслось к появлению такой инициативы от министров и налоговиков, считая, что итоговый заработок получится небольшим и с него будет проблематично платить даже небольшой процент налога, это не выгодно (и лишь 30% опрошенных посчитали, что от такого налога будет польза) [13].

В заключении можно отметить следующее. Закон о самозанятых только начал работать в экспериментальном режиме. Сможет ли государство в полном объеме собрать налоги в полном объеме - время покажет. Пока

новости – обнадеживающие: ИА «REGNUM» 06 декабря 2019 г. разместило на своей ленте сообщение о том, что в Республике Татарстан уже 53 тысячи жителей зарегистрировались в качестве самозанятых и перечислили в бюджет республики за прошедшие 11 месяцев почти 89 миллионов рублей прибыли [14].

Литература:

1. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 29.09.2019, с изм. от 31.10.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.10.2019) НК РФ Статья 8. Понятие налога, сбора, страховых взносов [Электронный ресурс] http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/fd3039f558e14477ce752eb9789b02a023fbc006/ (дата обращения: 01.12.2019)
2. Евгений Жуков Самозанятые граждане — полный обзор темы + преимущества и особенности при признании себя самозанятым (05.12.2018) - [Электронный ресурс] <https://papapomog.ru/news/samozanyatye-grazhdane> (дата обращения: 08.12.2019)
3. Ганичева Людмила 50 оттенков самозанятых [Электронный ресурс] <https://www.audit-it.ru/articles/account/a84/975102.html> (дата обращения: 05.12.2019)
4. Федеральный закон "О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима "Налог на профессиональный доход" в городе федерального значения Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан)" от 27.11.2018 N 422-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_311977/ (дата обращения: 05.12.2019)

5. СМИ: самозанятых граждан России обложат налогами [Электронный ресурс] <https://regnum.ru/news/2417015> (дата обращения: 08.12.2019)
6. Введение налога на самозанятых обсуждают в Госдуме [Электронный ресурс] <https://www.5-tv.ru/news/274465/vvedenie-naloga-nasamozanyatyh-obsuzdaut-vgosdume/> (дата обращения: 08.12.2019)
7. Госдума одобрила во II чтении введение налога на самозанятых еще в 19 регионах [Электронный ресурс] <https://tass.ru/ekonomika/7261929> (дата обращения: 06.12.2019)
8. В 2020 году налог для самозанятых начнет действовать в 19 регионах РФ [Электронный ресурс] https://aif.ru/politics/russia/v_2020_godu_nalog_dlya_samozanyatyh_nachnet_deystvovat_v_19_regionah_rf (дата обращения: 06.12.2019)
9. Алексей Полунин «Сам себе хозяин. Что выиграли репетиторы и таксисты, ставшие самозанятыми» [Электронный ресурс] https://aif.ru/money/business/sam_sebe_hozyain_cho_vyigrali_repetitory_i_taksisty_stavshie_samozanyatymi (дата обращения: 08.12.2019)
10. Потапова Елизавета Налоговый кодекс. Самозанятые граждане - это... [Электронный ресурс] <https://fb.ru/article/280259/nalogovyy-kodeks-samozanyatyie-grazhdane---eto> (дата обращения: 08.12.2019)
11. Марина Крицкая На что могут рассчитывать самозанятые? [Электронный ресурс] <https://kontur.ru/articles/4818> (дата обращения: 07.12.2019)
12. Евгений Жукова «Самозанятые граждане — полный обзор темы + преимущества и особенности при признании себя самозанятым» [Электронный ресурс] <https://papapomog.ru/news/samozanyatyie-grazhdane> (дата обращения: 08.12.2019)

13. А. Ю. Каминова, Д. Г. Захарьева Анализ введения в РФ нового налогового режима для самозанятых граждан // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vvedeniya-v-rf-novogo-nalogovogo-rezhima-dlya-samozanyatyh-grazhdan> (дата обращения: 07.12.2019)

14. Самозанятые перечислили в бюджет Татарии почти 90 млн рублей [Электронный ресурс] <https://regnum.ru/news/economy/2800605.html> (дата обращения: 08.12.2019)

ЭКОНОМИКА

УДК 338

ФИНАНСОВЫЕ РЫЧАГИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В ПОСТКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД

FINANCIAL INSTRUMENTS OF THE RUSSIAN ECONOMY IN THE POST-CRISIS PERIOD

Денисова Н.В.*

В статье рассмотрены особенности лизингового бизнеса в современных российских посткризисных условиях. Предложены направления совершенствования российской экономики с использованием таких финансовых рычагов экономического воздействия, как лизинг.

The article deals with the peculiarities of leasing business in modern Russian post-crisis conditions. Offered directions of improvement of the Russian economy with the use of such financial levers of the economic impact, as leasing.

Ключевые слова: инвестиционный капитал, финансовый рычаг, лизинг

Key words: investment capital, financial leverage, leasing

DOI 10.37691/2619-0265-2020-0-1-182-187

Современные российские условия для хозяйствующих субъектов открывают много возможностей, однако есть и ограничения. С одной стороны, правовая среда позволяет малому и среднему бизнесу вести свою деятельность, получать прибыль без ущемления друг друга. Однако, с другой

* Денисова Наталья Васильевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономики и финансов» АНО ВО Московского гуманитарно-экономического университета, г.Москва, Россия. E-mail: denisovanata85@mail.ru
Denisova N.V., candidate of economic Sciences, associate Professor, Moscow state University of printing. E-mail: denisovanata85@mail.ru

стороны, деятельность хозяйствующих субъектов ограничена их ресурсами и отсутствием поддержки со стороны государства.

Некоторые отрасли экономики, такие как ТЭК в РФ в господдержке не нуждаются. АПК наоборот нуждается в этом очень сильно. Это происходит на всех уровнях: федеральном, региональном, местном. Если говорить о масштабах страны в целом, то видно, что такая необходимость обусловлена с одной стороны, европейскими санкциями в отношении России, а также необходимостью поддерживать российского производителя сельхозпродукции.

Также требуется инвестировать в АПК максимальное количество денежных средств, так как практика показывает, что даже если в этом нет необходимости для страны в таких масштабах выращивать сельхозпродукцию, то ее можно продавать за рубеж, как в случае с пшеницей, когда сначала не хватало для России, приходилось закупать за рубежом. А теперь Россия сама экспортирует пшеницу в другие страны, так как российский рынок уже насыщен.

В случае с российскими продуктами эта необходимость обусловлена поддержкой российских товаропроизводителей и необходимостью закупать не иностранную продукцию, а выращивать свою. Но, к сожалению, без государственной поддержки масштабы будут немного меньше.

На региональном уровне также требуется поддержка, но со стороны самих субъектов. В российской экономике только если будет всеобщая поддержка и со стороны регионов, и со стороны федерации, возможно добиться максимальных успехов.

Межбюджетные проблемы в РФ к сожалению имеют место быть. «Прозрачность» бюджетов субъектов РФ позволила бы максимизировать получение прибыли.

Российская продукция по своему качеству является абсолютно конкурентноспособной. Поэтому инвестировать в агропромышленный комплекс это и целесообразно, прибыльно.

На фоне последних событий все страны обособляются, закрывают сообщения между собой, и в этих условиях самым оптимальным вариантом является надежда на самих себя. По уровню дохода населения Россия не является лидером. Поэтому помощь агропромышленному комплексу могла бы помочь создать новые рабочие места, повысить значение отрасли для страны и в целом поднять имидж российской экономики в мировых масштабах.

Экономика России, как и многих других стран, пострадала в период мирового финансового кризиса.

Наметившаяся тенденция посткризисных темпов инфляции и производства постепенно открывает для российской экономики более широкие возможности направлять с выгодой средства в производстве, основные фонды которого, включая, прежде всего, их активную часть, за годы кризиса практически не обновлялись.

Лизинг, являясь одним из наиболее прогрессивных методов материально-технического облегчения производства, финансовым рычагом, открывает доступ к передовой технике и современной технологии. Это особенно важно в условиях быстрого морального старения техники, основных фондов. Широкие возможности эффективного применения лизинга имеются во многих отраслях народного хозяйства.

Будучи частью общей системы финансовых отношений, одним из финансовых рычагов, лизинг отражает процесс образования, распределения и использования денежных средств на предприятиях различных отраслей народного хозяйства и тесно связаны с любой из форм предпринимательства.

На современном этапе Россия остро нуждается в капитале для инвестирования во все отрасли народного хозяйства.

Одним из эффективных способов привлечения инвестиционного капитала, активно развивающийся в последние годы, является лизинг.

Развитие лизинга осуществляется в направлении роста общего объема операций и освоения новых сфер и видов лизинговой деятельности: лизинг в машиностроении, лизинг вычислительной техники и других.

Использование лизинговых операций позволяет российским предприятиям направлять их на капитализацию, решение социально-экономических проблем, развитие инфраструктуры и тому подобное.

Однако современное состояние российской экономики требует активизации инвестиционной деятельности на основе широкого использования лизинга. Такой подход позволяет ускорить обновление основных фондов предприятий, и будет способствовать стабилизации финансовой системы.

Лизинговые схемы можно использовать при реализации самых различных инвестиционных проектов.

Лизинг достаточно давно получил широкое распространение во многих странах мира, прежде всего, в странах с развитой рыночной экономикой. В России же пути и формы использования лизинговых отношений еще только осваиваются.

Необходимость развития лизингового бизнеса особенно очевидна в сложных современных российских экономических условиях, когда большинство предприятий не может осуществлять значительных финансовых вложений в техническое перевооружение производства и его расширение.

Лизинг — это вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга физическим или юридическим лицам за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях, обусловленных договором, с правом выкупа имущества лизингополучателем.

В более широком смысле лизинг это организационная форма предпринимательской деятельности, выражающая особые отношения собственности, особую систему хозяйствования, на них основанную.

Лизинг — это способ вложения средств на возвратной основе в основной капитал.

На практике в лизинг передается чаще всего различное технологическое оборудование с высокими темпами морального старения: дорогостоящие машины, станки, приборы, строительная и дорожная техника, автомобили, здания, сооружения и т. д.

Классический лизинг предусматривает участие в нем трех сторон. Это: лизингодатель, лизингополучатель, продавец (поставщик) имущества — предмета лизинга. Суть лизинговой операции в следующем. Будущий лизингополучатель, у которого нет свободных финансовых средств, обращается в организацию, оказывающую лизинговые услуги, с деловым предложением о заключении лизинговой сделки. Согласно этой сделке лизингополучатель выбирает продавца, располагающего требуемым имуществом, а лизингодатель приобретает его в собственность и передает лизингополучателю во временное пользование за определенную договором плату. По окончании договора в зависимости от его условий имущество возвращается лизингодателю или переходит в собственность лизингополучателя.

С учетом современных реалий в абсолютном большинстве случаев в процедуре лизинга участвует и четвертая сторона — инвестор. Как правило, в роли инвесторов выступают фирмы-учредители лизингодателя.

Спрос на рынке лизинга обеспечивают предприниматели во всех отраслях народного хозяйства и отдельные граждане. Потребители лизинговых услуг должны:

- обеспечивать высокую норму и массу прибыли;
- иметь достаточную профессиональную и экономическую подготовку;
- предоставлять надежные гарантии платежеспособности.

В современных российских условиях потребители-лизингополучатели не обладают достаточной покупательской способностью для самостоятельного приобретения необходимого оборудования. При этом потребность в скорейшем техническом обновлении производства для многих из них первоочередная. Учитывая современные условия массовых неплатежей между предприятиями, возможность приобретения необходимого оборудования в лизинг зачастую единственная, поэтому этот финансовый рычаг является оптимальным вариантом решения современных российских проблем в производстве и для российской экономики в целом.

Литература

1. Конституция Российской Федерации: офиц. Текст. – М: Ось-89, 2016.
2. Горемыкин В.А. Лизинг. – М.:Филинь, 2018.
3. Философова Т.Г. Лизинговый бизнес.- М.: Юнити-Диана, 2017.