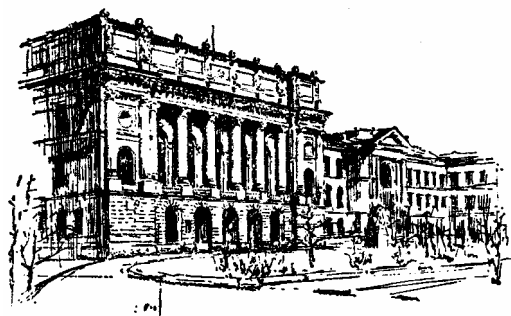


Федеральное агентство по образованию

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**Коммуникативные стратегии
информационного общества**

**Труды
V Международной научно-теоретической конференции**



**Санкт-Петербург
Издательство Политехнического университета
2012**

Коммуникативные стратегии информационного общества: Труды V
Международ. науч.-теор. конф. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2012. - 306 с.

Конференция представляет собой часть междисциплинарного исследовательского проекта, направленного на теоретическую разработку представлений об эффективных коммуникативных стратегиях в современном социуме.

В публикуемых материалах обсуждаются особенности коммуникативного пространства современного социума, проблемы социального управления в информационном обществе, соотношение стратегий глобализации и коммуникации, особенности мотивации и манипуляции сознанием и поведением современной молодежи. Особое внимание уделено инновационному потенциалу взаимосвязи науки и культуры.

Материалы докладов печатаются в авторской редакции

Оргкомитет конференции: *А.И. Рудской* (председатель), *А.Н. Кобышев* (заместитель председателя), *О.Д. Шипунова* (ученый секретарь), *И.Е. Тимерманис*, *В.П. Горюнов*, *В.В. Мадиссон* (Киевский национальный университет технологий и дизайна, Украина), *М.С. Арканникова*, *А.В. Иванов*.

Ответственный за выпуск – профессор кафедры философии СПбГПУ
О.Д. Шипунова

Подготовку трудов конференции обеспечили: доцент кафедры философии СПбГПУ *И.П. Березовская*, доцент Киевского национального университета технологий и дизайна *Е.В. Суший*, доцент кафедры философии СПбГПУ *А.С. Сафонова*, аспирант кафедры философии СПбГПУ *И.В. Коломейцев*

Печатается по решению редакционно-издательского совета Санкт-Петербургского государственного политехнического университета

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

С.В. Клягин

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ДИАЛОГ В СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Москва, Российский государственный гуманитарный университет

Одной из ключевых проблем развития информационного общества является необходимость компенсации центробежных тенденций в его развитии. На этом историческом этапе становятся актуальными коммуникативные стратегии и практики социальной интеграции и общественной связности. Уже существующей областью возможных проектных усилий в этом направлении являются интегрированные коммуникации, реализуемые современными производственными субъектами. Важная, динамично изменяющаяся роль в этом коммуникативном комплексе принадлежит практикам, которые поддерживают общественную связность не только в распространённом формате связей с общественностью, но и в прагматиках межкорпоративных коммуникаций, в обеспечении социальной устойчивости (social sustainability) организаций, социально-производственных сред и территорий.

Распространение коммуникативных стратегий и практик общественной связности должно сопровождаться повышением роли их теоретического обеспечения. Разработка теоретических предпосылок для реализации этого вида социальных коммуникаций позволяет повысить уровень осмысления моделей целостности и интегративности в современном обществе.

Коммуникативные практики в области социальных теорий и фундирующей деятельности методологической рефлексии сами по себе должны в возрастающей степени становиться предметом стратегирования в формирующемся информационном обществе. На основе опыта научной и экспертно-профессиональной коммуникации могут быть выделены некоторые стратегии для теоретической коммуникации, то есть коммуникации в области социально-коммуникативных теорий, по поводу этих теорий

и в связи с проблемой пределов и форм теоретизации в новейших коммуникативных общественно-производственных дискурсах.

Стратегия полидисциплинарности основывается на процессах «естественной» эпистемической дифференциации, которая объективно проявляется в научно-технологической динамике.

Междисциплинарная стратегия коммуникативной практик теоретической рефлексии связана преимущественно с процессами интеграции научного знания, возникновением новых меж- и трансдисциплинарных эпистем, инновационных моделей профессиональной деятельности и деловой активности различных социально-производственных субъектов.

Наиболее адекватным ответом на новейшие общественно-политические и информационно-технологические вызовы представляется реализация диалогической методологической стратегии в исследованиях и интеллектуальном сопровождении практик социальной связности и интеграции. Предлагаемая стратегия основывается на неклассических подходах, актуальных в современной науке (В.С.Степин), идеях эпистемологического конструкционизма (В.А.Лекторский, Х.Ленк), конституитивных диалектических моделях в теории социальной коммуникации (Р.Крейг, Б.Пирс).

В диалогической стратегии предполагается отказ от центризма, теоретического и научно-дисциплинарного монизма в изучении и построении практик общественной связности. При этом интерактивность внутри теоретического поля возможна, во-первых, за счет выявления социально-культурных потенциалов и традиций в социально-технологических технологических практиках использования языка. Во-вторых, на основе построения динамической модели, сконфигурированной актуально взаимодействующими научно-исследовательскими направлениями в изучении теории и практик связей с общественностью.

Теоретический диалог оставался значимым на различных этапах развития человеческого общества. Теория, в том числе, в поисковых форматах новейшей рациональности может стать действенным фактором оптимизации взаимодействия развивающихся общественных систем и в развивающемся информационном обществе.

А.А. Калмыков

ЭФФЕКТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, СИМУЛЯТИВНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ, ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО

Москва, Академия медиаиндустрии

Коммуникация как информационно-смысловое взаимодействие обязана обеспечивать не только передачу информации, но и трансляцию смысла, то есть того, что является исключительно индивидуальным достоянием и в принципе трансляции не поддается. По нашей гипотезе вместо смысла передается симулякр (Ж. Бодрийяр), а точнее симулякр смысла, который порождает уже новый индивидуальный смысл у коммуникаторов.

Массовое производство коммуникаций (индустрия коммуникаций), является одновременно массовым производством симулякров. Современная действительность, в массовом количестве вырабатывает самодостаточные, независимые от прообразов симулякры, формируя из них жизненную среду современного человека, и то что называется «информационное общество». Информационное общество как общество коммуникаций оказывается в известной степени симуляцией реальности или симулятивной реальностью.

Симулятивная реальность имеет все признаки виртуальной реальности, то есть является порожденной, актуальной, автономной, интерактивной. Симулятивная реальность способна породить симулятивные реальности следующего уровня, она может как виртуализироваться, так и девиртуализироваться. Следовательно, именно реальность подобий объектов детерминирует реальность самих объектов.

Отсюда возникает ряд специфических методологических проблем. В частности, оказывается принципиально невозможной реконструкция, то есть восстановление оригинала из его копии. Тем более, что симулякр часто рассматривается (и на самом деле является таковым), как знак оторванный от своего значения, пустой знак. Реконструкция его, может привести к актуализации произвольного означения, то есть породить симулякр симулякра.

При этом:

- Связь между виртуальной реальностью, коммуникативным пространством, симулятивной реальностью поддается объективации, чем обеспечивается возможность рассмотрения этих объектов и отношений между ними, в качестве предметов отраслей научного знания, в частности виртуалистики, коммуникативистики, эконсихологии и т.п.

- При формировании и коммуникативного пространства, и симулятивной реальности участвует активность человека и человеческого сообщества. Реальности со-творяются такими какими мы хотим их видеть. В этом процессе конечно участвует трансценденция, которая и является абсолютным центром процесса, однако в той степени в которой возможна ее референция человеком.

- Фокус внимания научного знания в связи с развитием проекта информационного общества перемещается от промышленного производства (здесь, промысел - это перевод в плоть человеческой мысли) к человеку, точнее к его Личности, которая и творит свои виртуальные реальности. Качество этих реальностей зависит от качества самообраза личности, следовательно на первый план выходит уже проблема психоэтики (Н.А.Носов), которую можно обозначить как экологию помыслов.

- Множественность коммуникативных (симулятивных) реальностей выдвигает на первый план методологическую концепцию полионтологичности, которая дает возможность исследовать каждую отдельно взятую реальность учитывая конкретные условия ее существования.

- Инструментом с помощью которого со-творяются реальности Личностью является коммуникация.

Итак, коммуникация порождает симулякры - образы объекта коммуникации, обладающие собственной автономностью и активностью, которые в свою очередь виртуализируют актуальное событие коммуникации, то есть порождают виртуальную реальность. Если этого не происходит, то есть вновь возникающий симулякр не виртуализирует событие, данная коммуникация сама является симулякром, пустой коммуникацией. Эта коммуникация не увеличивает сложность личности, а напротив уменьшает ее.

Последнее позволяет утверждать, что эффективность коммуникации будет зависеть от: степени виртуализации события коммуникации; степени активности субъекта коммуникации; психоэтических качеств коммуникатора; степени определенности (конкретизации) процесса коммуникации; степени системного подобия коммуникации личностному коммуникативному пространству; жизнеспособности порождаемых коммуникацией симулякров.

Э.В. Баркова

НОМО COMMUNICATIVUS КАК СУБЪЕКТ ВОЗРОЖДЕНИЯ XXI ВЕКА

Москва, Российский государственный торгово-экономический университет

Следами человеческой жизни и отпечатками их истории на Земле стали не только формы деятельности и культуры, шаг за шагом сменяющие друг друга, но и их зеркала-универсалии, в которых наука определяла самого человека. Путь, пройденный от Homo sapiens и homo faber к homo ludens и homo informaticus, отразил в этих дефинициях вехи социально-исторического процесса и доминанты их представленности в культуре-природе человека. Переход в XXI веке к следующему определению человека - homo communicativus - обусловлен формированием новых социокультурных тенденций, парадигм в науке и ролью, которую играет в нем система коммуникаций как субстанция бытия современного человечества.

Логика развития во второй половине XX века homo informaticus привела к парадоксальной ситуации, которую можно выразить вопросом: человек информационный – человек ли он? Что собственно человеческого вызрело и раскрылось в нем, если, став источником, транслятором и адресатом все возрастающего потока информации, и пересекаясь, тем самым, с неизмеримо

большим чем когда бы то ни было раньше, количеством субъектов, человек все более утрачивает способность к саморазвитию субъективности. Ориентация на стереотипы сознания и набор элементарных алгоритмов общения, в которых востребован не богатый мир чувств, души, интуиции, интеллекта и духа, а серийность пустой по содержанию личностной позиции ведет к атрофии способности к внутреннему диалогу. Не подтверждается ли, таким образом, бихевиористская логика, сводящая все внутреннее к внешним поведенческим клише и тем самым решающая проблему наблюдаемости и управляемости мира человека. Homo informaticus в этом отношении – модификация тенденции рационализации общества, раскрытой еще в трудах Ф.Тенниса. Г.Зиммеля, М.Вебера, показавших, как расширение пространства социальных отношений оборачивается их формализацией, снятием субъективных выражений реальности, богатства многообразных моделей поведения и эмоционально-личностных установок.

В этой связи homo informaticus оказался в драматической ситуации дуализма: чтобы сохранить свою социальную основу, он должен максимально свернуть свою индивидуальность и многообразие векторов ее развития, но с другой стороны, попытки проявить свою личностную уникальность, оборачиваются для него отчуждением, отсутствием нравственной поддержки, отсутствием понимания со стороны других. Это противоречие, как видим, разрешается в усиленном развитии игровых форм и шоу-реалити как доминанты образов мира, в которых именно правила игрового поведения замещают возможности личностных коммуникаций. Именно поэтому homo ludens – человек играющий органично связан с homo informaticus как субъектом рационализации открывшегося для него информационного пространства жизни. А механизмом обновления такого общества становится не Человек как цель, не развитие его природы, включая творчество, а технологически-игровое обновление программ. Совершенствуя искусство информационных манипуляций – от простейших детских игрушек до сложнейших компьютерных игр, человек постепенно утрачивает способность к *постижению высоких смыслов классической культуры*, и как следствие этого – способность к сочувствию, состраданию, стремление к освоению нравственных и эстетических ценностей, к постижению интересующих социальных смыслов.

Однако, как ни парадоксально, именно эти тенденции развития информационного общества порождают в своих глубинах новую - информациологическую социокультурную ситуацию, вследствие которой на наших глазах зарождается новый тип человека - homo communicativus, выходящий за границы жестко заданных рамок информационно-игрового социального пространства. Действительно, в современном обществе нарастает осознание личностной невостребованности, узости предлагаемых практик, при которой субъекты – как индивидуальные, так и коллективные – все больше начинают испытывать *потребности в ином типе самоопределения, а общество – в конструктивно-творческих личностях*, соответствующих масштабу стоящих перед человечеством задач и способных реально решать его проблемы на уровне

целостности. В этой связи не случайно начинается *переосмысление роли высокой культуры* как общей формы, концентрирующей субъективную избыточность в формах, открывающих фундаментальные истинные связи человека, культуры, общества, природы и космоса, и развивающей иное по отношению к информационной среде пространство (См 1). Соединение в классике личностного начала с культурой и природой открывает *глубину как измерение мира человека и культурного пространства*. А требования природы человека не сводятся к присвоению готовых и завершенных естественных или искусственных продуктов, а связаны с естественной потребностью находиться во взаимосвязях, в принципиально *открытом, творческом, а значит коммуникативном процессе*. От роли простого проводника-транслятора сообщений человек, поэтому, на основе богатства определений своей субъективности переходит к роли творца мира Культуры, в т.ч. информационной.

Эта ситуация предполагает переосмысление связи категорий «деятельность» и «коммуникация» в контексте такого определения человека. Односторонность анализа общества и культуры будущего теоретиками развития информационного общества (2) заключается в замене социальной деятельности коммуникативной активностью, что исключает человека из статуса субъекта деятельности, ответственного за будущее Земли, а сохраняет его в пространстве уже созданных структур и институтов. Единство коммуникации и деятельности как выражения природы человека не является их простой суммой, но представляет собой процесс восхождения как *перехода от коммуникации к деятельности*, активизирующей личностные позиции человека, его знания и высокие ценности для самоопределения в современном мире. Homo communicativus, поэтому, не утрачивая свое человеческое начало, становится человеком деятельно-коммуникативным. А экология его коммуникаций – которая сегодня все более актуализируется – может быть осмыслена не только как регулятор содержания сообщений, направляющий их в сторону ценностных ориентиров и норм, но и как основа самосознания homo communicativus, предотвращающая его развитие как пассивного потребителя информации.

Становление homo communicativus представляет собой не очередной этап-«виток», поворот в переопределении человека, но синтез накопленных в истории Культуры личностных качеств. Их единство - условие и основа развития обновленной формы гуманизма, *сохраняющей приоритет человека* по отношению к любым проявлениям коммуникативной среды. Инвариантным в этом отношении является качество человека быть субъектом, проявления которого к реальности расширяются за счет проходимых исторических этапов и опыта соответствующих им предшествующих моделей. Без этого синтеза определение homo communicativus будет односторонним и, потому, неистинным.

Эти процессы и тенденции дают основания для постановки проблемы о том, что подлинным пространством развертывания homo communicativus является Возрождение – содержание общества и культуры, переводящее ориентиры гуманизма в приоритетные основания детерминации бытия в целом. Возрождение XXI в., естественно, не может быть простым возвратным порывом, возвращением к идеям и

образам итальянских и европейских гуманистов XIV-XVI вв., но и не может быть абсолютным отрывом от их наследия. В центре Возрождения как проекта XXI века – та же идея антропоцентризма и ведущей роли личности человека-творца, осваивающего гармонию в природно-культурных и космических процессах. Но сегодня для сохранения планетарного человечества эта роль должна быть развернута не на индивидуальность, а на человечество как ценность, на универсальность его природы и потребность в творческом эколого-ноосферном освоении Земли, Культуры и себя как целостности. Именно в этой логике *homo communicativus* можно вновь понимать как культурно-природный микрокосм, который воспроизводит – переживает, содержательно оценивает, осваивает всю ту сеть коммуникаций, которая пронизывает планету и жизнь мирового сообщества, обеспечивая самосознание, взаимопонимание и включенность *homo communicativus* во все его планетарные процессы, включая сохранение природного и культурного наследия.

Связь *homo communicativus* Возрождения XXI века с обществом и культурой выражается не столько в ролевых проявлениях, сколько в причастности к той коммуникативной целостности и полнокровности бытия, которую она выражает. Это, вероятно, и является на уровне нашей цивилизации завершенным выражением развития Целостности-тотальности: человек – культура – общество – природа – космос – человек-как-космос. Сохраняя свою уникальность и индивидуальность, *homo communicativus* не только открывает себя через коммуникации с миром, обживает планету как Дом, осваивает новые коммуникации-траектории своей деятельности, но постоянно вносит в нее определения и ценности и идеалы других субъектов.

Другой чертой гуманизма современного Возрождения является обеспечение максимально возможной свободы, необходимой для самореализации личности и выборе ею коммуникативных стратегий. Развитие коммуникативной культуры и технологий дает возможность для открытия новых открытий высокого мира Культуры планетарного сообщества с его культурным разнообразием и традициями. Иначе говоря, основа современного гуманизма – это социокультурное и технологически-коммуникативное обеспечение человеческих качеств *homo communicativus* как субъекта.

Субъектная основа человека, поэтому, выступает как неснимаемая основа, изменяющаяся в процессах освоения достижений культуры, которая обеспечивает возвышение человека над все более усложняющейся информационно-коммуникативной средой. И если гуманисты Возрождения XV-XVI века мыслили совершенствование личности как ее индивидуализацию, утверждение ее достоинства и чести, то современное Возрождение дополняет эту логику, вскрывая в историческом процессе его основную ось – движение человека к самому себе, универсальности своей культуры-природы и развертывание собственно человеческих качеств. Поэтому Возрождение XXI века, закладывая эту основу как детерминанту развития, выступает и своеобразным *развитием антропного принципа*: пространство развития человека должно быть всегда соизмеримо с человеком, поддаваться его

разумно-творческому воздействию, преодолевающему стихийно-иррациональные процессы. Это не значит, что homo communicativus снимает личностно-неповторимую сторону своей жизни. Наоборот, она раскрывается лишь в той мере, в какой человек открывает и осваивает, обнажает для мира свою природно-культурную сущность через высокую нормативность и содержательность коммуникаций.

Таким образом, homo communicativus – не только этап, но и уровень процесса саморазвития и самопостижения человеком универсальности своей культуры-природы. Расширив пространство коммуникаций, этот этап выявляет и новые стороны человека и человечества, и эколого-ноосферные нормы освоения ими социокультурной среды. Поэтому в пределе оказывается, что этап становления homo communicativus совпадает с другим определением человека - человек космопланетарный. И приоритетом в пространстве адекватного для него развития, может быть только приоритет Культуры - детерминанты Возрождения XXI века.

Литература:

1. См, например: М.В.Михайлова Эстетика классического текста. – СПб. 2012; Пантин, Т.Ф.Столярова Вырождение или Возрождение? – М. 2006; Крылов В.Л. Убить искусство. – М., 2005; Э.В.Баркова Философия культуры в экологоориентированной перспективе //Культура. Наука. Интеграция. 2012. №2; Классика в пространстве современного художественного зрения и умознания // VIII Румянцевские чтения. Материалы Международной научно-практической конференции «Экономика, государство и общество в XXI веке». – М., 2010).
2. М.Кастельс Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М, 2000

Н.В. Рудская

ИСТОРИЧЕСКОЕ ЗНАНИЕ И ГЕРМЕНЕВТИКА В УСЛОВИЯХ MASS MEDIA ТЕХНОЛОГИЙ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА XXI ВЕКА

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Для начала необходимо уточнить значение рассматриваемых концептов (*информационное общество, герменевтика, коммуникативные технологии*) и смысл их функционирования в социокультурном пространстве России.

Согласно мнениям, прозвучавшим на международном форуме, проходившем под эгидой ЮНЕСКО, - постиндустриальное *информационное* общество выросло на основе западноевропейских либеральных ценностей и рыночных механизмов индустриального общества конца XIX - середины XX веков. Для вхождения в такое общество на правах равноценного участника России (по мнению экспертов ЮНЕСКО) необходимо решить задачу «обеспечения условий для формирования и эффективного функционирования конкурентоспособной рыночной экономики,

основанной на высоких компьютерных технологиях, отвечающих потребностям информационного общества» (1, 58-59).

Из приведённого текста следует, что сегодня в России «конкурентная рыночная экономика» отсутствует. Открытыми остаются вопросы - имеются ли «высокие компьютерные технологии, отвечающие потребностям информационного общества»? И главный вопрос – насколько целесообразно для сегодняшней России участвовать в технологической гонке «для удовлетворения потребностей информационного общества»?

Обратимся к авторитетному мнению Г.Г.Малинецкого (заместителя директора Института прикладной математики им. М.В.Келдыша РАН).

Исходя из волновой теории Н.Кондратьева, Г.Малинецкий рассматривает *Пятый технологический уклад* как сущностную характеристику *информационного общества* (компьютеры, малотоннажная химия, телекоммуникации, электроника, интернет и). Но постсоветская Россия, считает Малинецкий, этот уклад полностью «проспала», занимаясь в 90-е годы «саморазгромом, самопроеданием и сверхпотреблением». В связи с чем сегодня нам **нет смысла** искать успеха там, где «главные сливки уже сняты»(2). Малинецкий убеждён, что пока Россия *самоуничжалась*, США, Китай и Корея вполне успешно решали задачи перехода к новому- Шестому технологическому укладу (нано-, био-, высокие гуманитарные технологии, проектирование живого, проектирование будущего и управление им, вложение в человека и т.д.). Следовательно, создание в российском обществе мнения, что – «ещё чуть-чуть – и место среди лидеров информационного общества – у нас «в кармане» - блестящий пример проявления «в действии» технологий манипуляции общественным сознанием.

Согласно традиционным представлениям, *манипуляция* – это *воздействие*, управление, «основанное на... умении отвлечь внимание от того, что должно быть скрыто,... а также - махинация, подтасовка, нечестная игра» (3; 376, 384).

С.Кара-Мурза характеризует *манипуляцию* как «акт влияния на людей или управления ими с ловкостью, особенно с **пренебрежительным** подтекстом, как скрытое управление или обработка» (4; 15). Немецкий социолог Г.Франке в работе «Манипулируемый человек» (1964 г.) определял манипуляцию как психическое воздействие, которое производится **тайно**, в ущерб тем лицам, на которых оно направлено. То есть, для манипуляции требуется *фальшивая действительность*, в которой присутствие самой манипуляции не будет ощущаться.

Особой неприятностью является тот факт, что в манипуляции человек выступает соавтором, соучастником проводимого воздействия. Но это означает, что жертвой манипуляции может стать *лишь тот*, кто под воздействием полученных сигналов перестраивает свои воззрения, мнения, цели и начинает действовать по новой программе. Поскольку скрытой сущностью манипуляции является не насилие, а соблазн, то человек, сумевший защитить свои внутренние убеждения, свои духовно-нравственные ценности, жертвой **не** становится.

Необходимо отметить, что *манипуляция* как духовно-психологическое воздействие может состояться только при наличии следующих условий: 1-сокрытие главной цели воздействия путём создания фальшивой реальности, 2- высокий профессионализм самих манипуляторов во владении нужными технологиями, 3- готовность *объекта* манипулирования к добровольному взаимодействию.

С.Г.Кара-Мурза считает, что в качестве защиты против манипуляции наука создала целый методологический подход – *герменевтику*, занимающую особое место « в той части философии, которая занята критикой идеологии как главного средства господства и социальной власти в современном мире». Также герменевтический метод служит «важнейшим инструментом для внедрения в сознание скрытых смыслов» (4, 23). Последнее делает герменевтику орудием «обоюдоострым», поскольку допускает её использование не только в качестве «защиты против манипуляции», но и как - её (манипуляции) *первейшее средство*. Вопрос лишь в том – в *чьих руках* и с *какой целью* это орудие готовится к применению?

Рассматривая *политтехнологию* как *совокупность способов и методов воздействия на человека и общество с целью достижения политических целей*, можно говорить о структуре политтехнологии, где манипуляция является одним из *методов*; сетевое пространство - орудием или *средством*; *объект* воздействия - человеческое сообщество, а в качестве *предмета* (или материала) воздействия выступает **историческое знание**.

О взаимодействии манипуляции (*метода*) с человеческим сознанием (*объектом*) уже говорилось выше. Что же касается *орудия*, то совершенно очевидно, что в условиях инновационных технологий современного информационного общества, (где интернет молниеносно превращает любую идею в реальность), роль сетевого пространства как главного орудия манипуляции возрастает непредсказуемо и *бесконтрольно*.

Сложность заключается в том, что *объективного исторического знания* в его *чистом виде* не существует, поскольку *объективное знание* «базируется исключительно на *способностях человека* найти факты и выстроить их в непротиворечивую логическую схему» (6, 8). Естественно, что при этом человек пропускает полученную информацию сквозь «чёрный ящик» своего *мировоззрения*, через свою собственную *картину мира*. Насколько можно в данной ситуации говорить об «истинности» полученного знания? Тем более что «история как наука (по утверждению С.В.Перевезенцева) базируется не только и не столько на знании... сколько на *понимании и осознании смысла* исторического процесса и отдельных событий истории». В свою очередь, понимание смысла истории «зависит не столько от знаний или научно-теоретических представлений учёного, ... сколько от его *религиозно-философского мировоззрения*» (там же, 17).

В этой связи интересны замечания В.Р.Мединского о том, что история как самая политизированная из гуманитарных наук, является своего рода «политикой, опрокинутой в прошлое». Поэтому совсем **не безразлично** – **кто и как** будет нашу

историю *осмысливать* и *трактовать* (то есть – в чьих руках и с какой *целью* окажется *оружие*).

Поскольку история, считает В.Р.Мединский, является «мощнейшим фундаментом национального самосознания, мощнейшим источником патриотизма», то лучше, чтобы **мы сами**, наше государство политизировали историю, «чем кто попало или другое государство». Тем более что оценивать историю надо не по идеологемам, а по *нравственному критерию*, по нравственному служению.(7; 17,19).

Говоря далее о возросшем «профессионализме» современных политтехнологов, полезно обратить внимание на деятельность двух наиболее талантливых и «востребованных» специалистов нашего времени – Джина Шарпа и Аудрюса Буткявичуса.

Джин Шарп – доктор философии Оксфордского университета, основатель Общественного института имени Альберта Эйнштейна; признанный специалист в разработке теории «цветных революций» (главными признаками которых является гражданское неповиновение и ненасильственное свержение существующей власти).

Аудрюс Буткявичус – специалист по психологическим и социологическим исследованиям Каунасского кардиологического института, бывший (в 80-е годы) министр обороны Литвы. Последовательный ученик Д.Шарпа, под руководством которого осуществил первую «цветную» революцию на территории Литовской ССР, «блестяще» проведя операцию по дискредитации Советской Армии (что и послужило толчком к развалу СССР).

Как следует из представленных *резюме*, «инновационность» и «высокий профессионализм» специалистов – налицо.

Характеризуя работу *учителя*, А.Буткявичус отметил, что «Шарп описал в своей книге техники, известные ещё в XIX веке, но он объединил их и создал стройную теорию, настоящую *стратегию психологической войны*, в которой *гражданское неповиновение* использовалось как главное оружие» (8). Налицо весь спектр услуг: «итальянская забастовка», отказ от переговоров, бойкоты, раздевания, «лже-молитвы», призыв работать медленно, неэффективно, устраивать лже-бюллетени, муссировать среди населения любые недовольства (работой ЖКХ, зарплатой, питанием в столовой и т.п.) (9).

Особое внимание - к поиску «обиженных» в силовых структурах – полиции, армии, юстиции и т.п., для чего - всячески способствовать дискредитации воинского долга, высмеивать командиров, организовывать многочисленные службы «спасения от армии» и т.п.

По мнению А. Буткявичуса, главной задачей оппозиции является подготовка к длительной войне, когда в промежутках между «выборными марафонами» придётся «отыскивать возможность влиять на специалистов, чтобы те отказывались сотрудничать с властями».

На специалистов, сотрудничающих с властями, должен оказываться (по мысли того же Буткявичуса) постоянный прессинг в виде бесконечных комиссий, присылаемых по «жалобам доброжелателей», в виде попытки организовать на предприятии заговоры против руководства и т.д.

Осталось ответить на вопрос: является ли свержение существующей власти конечной целью «ненасильственной борьбы» или это – лишь *этап* на пути к основной цели?

Издания Washington Post и Wall Street Journal призывают россиян не мириться со своей «политической подневольностью». А Independent утверждает, что России для успешной сдачи «экзамена на политическое могущество» необходимо создать условия: 1- для «**ослабления государства**» и 2 - для победы цветной революции или – арабской весны (по материалам www.inopressa.ru).

В то же время «цвет русской интеллигенции, живущей в Лондоне» призывает россиян обойтись со своей «диктаторской властью» так, как это сделали «патриотические силы» с М.Каддафи («Деловой Петербург» 06.06.2012). Думается, что комментарии излишни.

В настоящей статье из двух *традиционно русских* вопросов «кто виноват?» и «что делать?» за основу взят второй, поскольку поиски ответа на первый вопрос, как правило, **разделяли** русское общество, и очень часто мы, (как заметил А.И.Герцен) «смотрели в разные стороны, хотя сердце билось одно».

Сегодня важно найти ответ на вопрос - «что делать?», верно расставить приоритеты, не размениваясь на сварливое выискивание «соринки в глазу друга». Для этого необходимо чётко определиться с пониманием того, – **что является для большинства жителей России абсолютной нравственной ценностью? Какие традиционные отеческие святыни не могут быть подвержены ревизии никогда, и никем?**

Только в безусловном единении вокруг таких ценностей и святынь народ России сможет преодолеть разрушительное воздействие болезнетворной агрессии *бездуховности* - как внутри самого себя, так и - со стороны окружающего мира.

И в этом наш шанс сохранить потенциал отечественной культуры, оправдав тем самым смысл своего духовного и нравственного бытия.

Примечания:

1. Формирование современного информационного общества – проблемы, перспективы, инновационные подходы.//Материалы международного форума. СПб. 2010г.
2. Малинецкий Г.Г. «Инновация – последняя надежда России»// Доклад на семинаре Института динамического консерватизма. <http://pandoraopen.ru/2010-04-27/u-rossii-shansov-net-video>.
3. Захаренко Е.Н. Новый словарь иностранных слов. М.2006
4. Кара-мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М. 2006.
5. Концепты культуры и концептосфера культурологии. СПб.2011.
6. Перевезенцев С.В. Русский выбор: очерки национального самосознания. М.2007.
7. Мединский В.Р. Единый подход к истории.// «Однако», 14/05/2012.
8. Сапожникова Галина. «Практик цветных революций»// Интервью с А.Бутквичусом. Kp.ru/daily/25846/2816852/
9. Джин Шарп. От диктатуры к демократии.//www.ainstein.org.

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ

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

До последнего времени считалось, что самой консервативной частью социокультурной жизни общества является система образования. И в этой его устойчивости и традиционности заключалась сила его возможностей в обеспечении социально-культурной преемственности, стабилизации коммуникационных процессов, сохранении и трансляции социального опыта в ряду поколений. В современных условиях под влиянием глобализационных процессов, особенностей и возможностей информационно-коммуникационных технологий, виртуализации жизненного пространства человечества, образование не может быть той консервативной силой, которая характеризовала его раньше. В современных условиях образование должно быть инновационным, прогнозируя развитие реальных процессов, не просто приспосабливаясь к ним, а в определенной степени опережая их с тем, чтобы быть готовым к тем изменениям, которые неминуемо повлечет за собой дальнейшее развитие науки и технологий.

Но очевидно, что реализация инновационной модели управления образованием требует разработки новых методологических подходов к исследованию и обеспечению инновационной деятельности в сфере образования. Помимо этого новый менеджмент образования предполагает создание системы регулярного мониторинга и проведения системного анализа качества образовательной деятельности, профессиональной компетентности педагогов и руководящих кадров.

Трудность в реальном осуществлении инновационных преобразований системы образования заключается в том, что в образование как социального института должна быть заложена способность к опережающему развитию, в одинаковой степени отвечающему как интересам общества в целом, так и конкретной личности - обучающемуся или работодателю. В этой связи, прежде всего, встает вопрос о критерии успешности/эффективности внедрения инноваций в систему образования. Очевидно, что новые информационно-коммуникативные и социально-культурные процессы, порожденные новыми цивилизационными условиями развития информационного общества (общества знаний), специфика которых в их комплексном воздействии на динамику ценностных ориентаций массового, в первую очередь молодежного, сознания еще недостаточно изучена. По этой причине дать однозначный ответ на вопрос об эффективности тех или иных инновационных преобразований в системе образования представляется достаточно сложным. Опираясь только на результаты, хотя и крайне необходимых, эмпирических исследований, в современных условиях явно недостаточно в силу ускоряющихся

темпов общественного развития, когда результаты решения проблем, актуальных сегодня, уже завтра не соответствуют возникшим новым еще более важным проблемам. Эмпирические данные должны подкрепляться не только результатами внедрения научных исследований в практику развития наукоемких производств и социокультурных явлений. Они должны использоваться для разработки программ повышения качества человеческих ресурсов, создания необходимых условий для духовного и физического развития самочувствия человека. Что касается теоретических обобщений динамики духовно-нравственных и коммуникативных процессов в современном мире, то их сложность нашла отражение в работах таких известных немецких философов, как Ю. Хабермас (теория коммуникативного действия) и К.-О. Апель (концепция коммуникативного сообщества). В исследованиях Ю. Хабермаса и К.-О. Апеля роль моральной ответственности и нравственной нормативности в регулировании человеческих взаимоотношений, в достижении взаимопонимания между людьми рассматривается как важнейшее условие сохранения и воспроизводства социума. И в этой связи следует отметить, что данный аспект проблемы конструирования модели инновационных преобразований российской системы образования находится лишь в начальной стадии научных исследований, несмотря на их социально-культурную значимость не только в учебно-образовательном и воспитательном планах. Результаты разработки и практического осуществления эффективной модели инновационных процессов в образовании напрямую связана с проблемой национальной безопасности, так как подготовка кадров, культурные процессы, ценностные ориентации масс населения определяют основные показатели стабильности государства, его престиж в международном масштабе, положительные тенденции его экономического и социального развития.

Учитывая тот факт, что современный этап цивилизационного развития характеризуется как информационное общество, или общество знаний, становится очевидной актуальность инновационного подхода к образованию, предполагающего разработку новой системы подготовки кадров, нового поколения для рынка интеллектуального труда. В этой связи конкретизируется и вопрос о повышении конкурентоспособности и международного престижа российских институтов образования, что предполагает превращение университетов в полноправных субъектов рыночной экономики, работающих на потребителя.

Однако успешному осуществлению инновационных преобразований системы образования в России препятствуют ряд факторов. Во-первых, в нашей стране еще нет достаточного опыта для осуществления перехода к университетам инновационного типа, не разработана законодательная база, регламентирующая все нюансы этого перехода, отсутствует, по справедливому замечанию В.И. Слободчикова, даже устойчивый тезаурус инновационной деятельности. Во-вторых, не создана в необходимых объемах основанная на интеграции науки, образования и инновационной деятельности научно-теоретическая и научно-техническая база осуществления процесса перехода к инновационной системе образования и университетам инновационного типа, что является необходимым условием

включения России в процесс формирования единого общемирового образовательного пространства. В-третьих, заметное информационное отставание в «пошаговом» освещении успехов и неудач в реализации программы инновационных преобразований системы образования в России. К примеру, в СМИ было очень много шума по поводу создания бизнес-инкубаторов, технопарков, инновационный центр «Сколково». Но нет регулярного информирования общественности о первичных результатах деятельности этих научно-технических центров, нет четкого представления, основанного на объективных данных о том, насколько могут эти центры рассматриваться как научно-техническая и организационная база университетов инновационного типа.

Очевидно, что информационная недостаточность в освещении такой актуальной и очень сложной проблемы, как осуществление инновационных преобразований в системе образования, может послужить причиной недоверия общественности к проводимым реформам, разочарования в них. Однако социально-культурная значимость проблемы инновационного развития российского образования определена необходимостью сохранения и повышения интеллектуального потенциала страны, обеспечения ее национальной безопасности и сохранения ее лучших историко-культурных традиций.

А.Т. Кулсариева

МОДЕРНИЗАЦИЯ И ОБРАЗОВАНИЕ «ЦИФРОВОГО» ПОКОЛЕНИЯ

Алматы, Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая

Как известно, в тезаурусе тематики Послания Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева двух последних лет присутствует слово модернизация. Это говорит о важности самой идеи модернизации для эффективного функционирования всей государственной системы Казахстана. Социально-экономический тип модернизации предусматривает существенное повышение роли **человеческого капитала**. Одним из основных факторов воспроизводства человеческого капитала, наряду с финансовыми, социальными ресурсами является и модель образовательной системы (школы, вузы). Говоря о модернизации страны, мы не должны забывать, что решение этой задачи и есть в идеале совокупная программа разных поколений граждан нашей страны. А у разных поколений есть свои **ценности, жизненные установки**, учет которых поможет успешности стратегии модернизации.

Никому не секрет тот факт, что и в поле «образовательной битвы» встречаются разные поколения, по разному вовлеченные в современный мир цифровых технологий. Если у педагогов высок уровень так называемой **«компьютерной тревожности»**, исходящей из недостаточной **цифровой функциональной грамотности** их поколения, то их подопечные всецело вовлечены в экранную

культуру, в мир немыслимого разнообразия гаджетов. Стало быть, это обстоятельство потребует от преподавателей освоения новых педагогических технологий и создания новых сценариев учебных занятий.

Все эти вызовы современного образовательного процесса нашли свои ответы в виде задач, которые ставит **министр образования и науки Б.Т. Жумагулов** перед организациями образования, умело используя любую возможность обращения к ним – будь то встреча с ректорами по Посланию Президента народу Казахстана, будь то коллегия министерства, будь то многочисленные статьи и выступления по телевидению. Незамедлительное освоение организациями образования электронного обучения с дальнейшей перспективой полного охвата, коренное изменение системы повышения квалификации педагогов – все это будет направлено в конечном счете на то, чтобы сократить **цифровое неравенство** педагога – **«цифрового эмигранта»** и обучающегося – **«цифрового аборигена»**. И тем самым будет снят один из барьеров, препятствующих эффективной коммуникации в процессе обучения и воспитания подрастающего поколения.

О поколении, **как о совокупности людей, схожесть мышления которых определяется в большей мере схожестью опыта жизни, иначе – общей судьбой**, говорил Карл Манхейм. Судьба людей определенного периода отражается в их восприятии и понимании действительности. Один из способов понять поколения – это определить и правильно вычленить главные события, которые сформировали основные ценности, своеобразное мышление поколения. Именно этот термин «ценности» и является основой теории поколений американских ученых Нейла Хоуе и Уильяма Штрауса. Они указывают промежуток времени около 20 лет, в течение которого рождаются представители одного поколения. Хоуе и Штраус рассматривают поколенческие модели начиная с 16-17 века, а вслед за ними российские ученые начинают поколенческий отсчет с 20 века. Учитывая то, что в нашей стране, в силу исторической общности судьбы, в указываемых российскими учеными временных отрезках происходили почти те же самые судьбоносные события, можно было бы с некоторой корректировкой взять за основу модель российских коллег. Итак, рассмотрим 4 поколения, которые являются полноценными деятельными участниками жизни нашей страны.

Рожденные в 1920-1941 гг. Молчаливое поколение, названное так за долготерпимость, за консерватизм, за законопослушность (а попробуй в пору революционного режима или военного времени быть незаконопослушным!). Их ценности сформировались под влиянием социальных новшеств октябрьской революции, голода довоенной коллективизации, разрухи времен Великой отечественной войны.

Поколение, родившееся после большевистской революции или поколение наших дедушек и бабушек было первым советским поколением казахов. Это поколение почти полностью вышло из аула и было частью патриархально-традиционного мира культуры казахов. Как известно, в результате коллективизации у казахов поменялось практически все: уклад жизни, хозяйство, жилище, традиции и

даже одежда. Эта потеря устоявшихся веками жизненных ориентиров, невозможность быстрого приспособления к меняющимся условиям имели результатом возникновение психологических стрессов и комплекса неполноценности.

Молчаливое поколение было поколением с большими психологическими травмами, с кризисом идентичности, прошедшее советскую и фашистскую «мясорубку». Программа этого поистине страдальческого, «пионерского» по духу, мужественного поколения была примерно такая: выжить любой ценой, найти кров над головой, закрепиться в городе, дать детям образование. Они любят когда есть четкие правила, приказы и есть жесткая иерархия. Ценности этого поколения, пережившего голод и тяжелое военное время – экономность, жизнь про запас. Именно люди этого возраста знают цену крошке хлеба, хранят все про запас – консервируют, варят варенья и т.д.

Рожденные в 1942-1963 гг. Это поколение послевоенного бума рождаемости – поколение «бэби-бумеров». Это – поколение жителей интернациональной социалистической супердержавы, конкурирующей и показывающей во всем пример «загнивающему капитализму». У них явно выраженная психология победителей – победа во Второй мировой войне, покорение космоса (знаменитое «Земля, поклонись человеку!»), почти религиозная вера в светлое социалистическое будущее.

У этого поколения выпестованные едиными стандартами обучения, идеологической машиной – пионерией, комсомолом и партией коллективные ценности. У них глубоко в подсознании сидит потребительская психология, так как у их родителей был посыл – «мы терпели лишения, теперь поживите вы в достатке и комфорте». Думается, что сегодняшние городские пробки, хаотичная застройка, возделенные пригородные дворцы — это программа молчаливого дедушкиного поколения в действии у бэби-бумеров.

Рожденные в 1964-1985 гг. Поколение X (неизвестное поколение, поколение перемен), воспитывавшееся в годы противостояния двух систем – капитализма и социализма, дети «холодной войны». Их родители работали долго и упорно от звонка до звонка, они воспитывались в стандартных детских садах, под «дворовым присмотром», так называемые, дети «с домашним ключом на шее». Видимо, поэтому они очень самостоятельные, активные и любознательные. Для поколения X знания – непреложная ценность, они любят учиться и образование у них системное, всестороннее. Они ценят разнообразие и гибкость, любят перемены и нуждаются в них. Это поколение, на чью долю выпало много социально-политических перемен – постепенное крушение социалистического лагеря, перестройка, «дикий капитализм» местного «разлива». Оно формировалось на фоне драматичных («падение занавеса», «крушение стены»), но все-таки мирных событий, а также судьбоносного получения независимости Казахстаном.

Рожденные в 1986-2007 гг. Поколение Y (поколение Сети, так как они больше живут в виртуальном мире, нежели в реальном), детские годы которых ознаменованы кризисом экономики переходного периода, полным распадом супердержавы – СССР, становлением независимого Казахстана, бурным развитием цифровых технологий.

Это – поистине независимое поколение строителей нового Казахстана в обновленном мире. Они живут в эпоху глобализации, в мире беспрецедентного разнообразия культур, языков, идеологий, духовных опытов.

Если поколение **X** выросло в закрытой стране, с компьютерно-технологическим запаздыванием на 10-15 лет, то их дети – нынешнее поколение **У** произрастает в тех же почти информационных, понятийных и культурных пространствах, что и их западные сверстники – они читают те же книги (Гарри Поттер, Властелин колец и т.д.), смотрят те же мультфильмы и фильмы (Шрек, Аватар и т.д.)... Они амбициозные, самоуверенные и скорее... хотят получать, а не отдавать. В пору разветвленных сетей дополнительного образования, дистанционного обучения поколение **У** также любит получать множество дипломов и сертификатов.

Прагматика этой красивой теории состоит в том, что выстраивая свою маркетинговую стратегию, любая компания определяет свою целевую аудиторию с ее ключевыми характеристиками. А поскольку в наше рыночное время мы уже привыкли рассматривать сферу образования сквозь призму рыночных категорий, то теория поколений может быть полезной не только из-за необходимости учесть психологические особенности поколений обучающихся и поколения обучающихся, но и в нахождении эффективных путей повышения качества учебного процесса, продвижения своих образовательных услуг.

Для того, чтобы управлять потребителями необходимо понимать, какие стереотипы и ценности сформировались у представителей целевых возрастных групп. Вот, например, возьмем покупательское поведение. Если поколение **X** любит супермаркеты из-за экономии времени, то поколение **У** любит их из-за возможности еще и поиграть, и в кино сходить, и вкусно поесть, и в сетевые игры поиграть – одним словом, из-за развлекательной составляющей. Сейчас гипермаркеты становятся своеобразным культурно-развлекательным центром, и, возможно, не далек тот день, когда они станут еще и обучающим центром. Следовательно, для поколения **У** наиболее востребованная форма обучения может быть выражена термином **«Образвлечение»** (образование+развлечение), или же по английски **«Edutainment»** (education+entertainment). Эти обстоятельства необходимо учитывать в современной системе образования.

Никому не секрет, настоящее испытание для руководителей многих учреждений, в особенности организаций образования – успешное сотрудничество с представителями разных поколений. Потому что, как нигде в других учреждениях, в школе и в вузе сталкиваются между собой разные поколения со своими ценностями, ожиданиями, амбициями. Для поколения **У**, которые и есть сегодняшние основные потребители услуг школ и вузов, мы должны предложить и адекватный их поколению образовательный инструментарий. Нынешние молодые люди не любят читать книгу, им не интересен бумажный носитель, они потребляют огромные массивы информации с экрана дисплея. Поэтому и в обучении мы должны работать с ними «на их языке» – дать им привычный формат «компьютерно-экранного» обучения,

применяя электронные учебники, интерактивные методы и развлекательно-игровые элементы.

Процесс информатизации образования – многоаспектный процесс, связанный и с политикой, и социально-экономическим развитием государства, и с требованиями к компетентности педагогов и т.д. На сегодняшний день все эти составляющие на стороне использования преимуществ информационно-коммуникационных технологий в сфере образования. Президент в своем Послании призывает народ к активному освоению информационных технологий, радуют темпы социально-экономического развития страны, Министерство образования и науки создает новые структуры для повышения квалификации педагогов при Назарбаеве в Интеллектуальных школах.

Возможно, существует множество причин, которые мешают школам в полной мере использовать достижения компьютерных технологий. Но главная причина в том, что учителя не всегда знают, как эффективно использовать ИКТ в повседневном учебном процессе. Китайская пословица гласит: «Расскажи мне, и я забуду. Покажи мне, и я запомню. Дай мне попробовать, и я научусь». Поэтому, как видно из выступлений министра Б.Т. Жумагулова на страницах СМИ, Национальные центры повышения квалификации учителей уже с текущего года начнут совершенствовать педагогическое мастерство по новым программам в соответствии с мировым опытом. В конечном счете, информатизация образования необходима для того, чтобы воспитать активных граждан, умелых и умных работников в складывающемся сегодня обществе знаний, т.е. для того, чтобы усилить человеческий капитал для социально-экономической модернизации Казахстана.

*Юзеф Подгурецки (Józef Podgórecki),
И.В. Смирнов (I. V. Smirnov)*

RERUM SOCIALIUM DISQUISITIONES RUSSICAE-POLONICAE

XX. По поводу психологической теории коммуникации

Республика Польская, г. Ополе, Институт педагогики в Ополе

Предлагаемая в настоящем сборнике статья – является двадцатой статьей в запланированной серии публикаций, приведенной в заголовке. Некоторые другие статьи соавторов, опубликованные в рамках указанной серии, – в изд. [1, p. 99—104; 2, p. 59—68; 3, s. 188—215; 4, c. 228—234].

Создателем *психологической теории коммуникации* считается А. Розен. В ней коммуникация описана как одна из форм взаимодействия. А поскольку само явление взаимодействия отнюдь не просто, то существует несколько специальных поясняющих концепций (см. [5, str. 154]). За основу Розен принял теорию прибылей и

издержек. В соответствии с ней человек вступает во взаимодействие с другим человеком или группой лиц и даже с социальным институтом, если в итоге взаимодействия полученная выгода превысит издержки. Здесь – не прямое отношение, потому что прибыль может иметь не только материальную форму; выгодой могут стать повышение престижа, налаживание связей в обществе и т. д. Выгоду можно оценивать как объективно, так и субъективно. Одним – важнее иметь престижные достижения, чем улучшение материального положения. Другим – это кажется неразумным [5, strony 155 i następní]. Несмотря на это, как правило, известно, что такое выгода и что такое издержки в ситуациях, складывающихся между людьми, но что общего имеет с этим коммуникация? На эти вопросы и пытается ответить А. Розен... Выгоды индивида в случае вступления в коммуникацию оцениваются им на основе двух критериев.

1. Индивид сравнивает то, что он получил от взаимодействия, с тем, что он ожидал получить. Напр., адресат принимает сообщение, если считает, что оно дает больше, чем первоначально от него ожидалось. Тогда он уверен, что много выиграл. При современной технике передачи информации получатель в любой момент может прервать ее получение, напр., выключить телевизор, ибо содержание, к восприятию которого он прилагает усилия, не дает ему того, что он ожидал. Если он не поступит так, то это, как правило, означает, что выгоды получающего информацию превосходят затраты на ее прием. Ту же самую логику можно применить и к передающему устную информацию, например, в случае педагогической коммуникации. Так, учитель ожидает, что его передача вызовет определенные результаты. Если их нет, то он рефлексирует по этому поводу, обдумывает собственные шаги, сравнивая их с общими педагогическими ходами.

2. Индивид сравнивает то, что он получает от участия в данном взаимодействии, с успехами, возможными в других взаимодействиях. Интерпретируя этот тезис и снова переносясь на почву коммуникации, мы можем сказать, что индивид вступает во взаимодействие (в качестве адресата или передающего сообщение) тогда, когда в коммуникационной деятельности он субъективно получает больше, чем в другой аналогичной деятельности. Иначе говоря, он будет охотнее, например, слушать сообщения и комментарии Всепольского Радио, чем соответствующие передачи местных радиостанций. Отсюда следует вывод, что каждый сообщающий должен уметь так оперировать сообщением, чтобы адресат видел в нем те ценности, которые позволили бы ему относиться к получению сообщения как к субъективной прибыли или выгоде. Сообщение – так же, как и разговор со словоохотливым человеком, должно быть насыщено своеобразным элементом привлекательного гуманизма, оно должно мобилизовывать, давать шанс ощутить, по крайней мере, какое-то удовлетворение. Это свидетельствует о том, что учителю необходимо тщательно продумывать не только содержание, но и форму сообщаемой информации.

Согласно теории А. Розена, существенную роль играет *соответствие* (конгруэнция) *между побудительными мотивами сообщения и реакцией адресата*. Если она имеет место, то сообщающий испытывает удовлетворение, если ее нет – то

сообщающий испытывает *разочарование*. Эту зависимость можно выявить экспериментально. Если в ходе разговора с испытуемым, отдающим себе отчет в истинном положении дел, экспериментатор в определенный момент демонстрировал нейтральность, то у испытуемых возникало ощущение фрустрации, и даже явной враждебности по отношению к экспериментатору. Нам она известна из повседневной практики. Когда мы докладываем кому-то о каком-то конкретном деле и ожидаем, что наша позиция или наши познания должны заинтересовать собеседника, а сталкиваемся вместо этого с безразличием, то возникает *чувство фрустрации и враждебность*, потому что наша *стимуляция* не встретила адекватной реакции. Соответствие стимулов и реакции состоит, как видно, в том, что адресат реагирует на данный стимул, раздражитель так, как он должен реагировать на него в соответствии с *нормами данной социальной среды*. Мы привыкли к тому, что соответствие стимулов и реакции приносит удовлетворение, а несоответствие – досаду. Даже ребенок, формулируя свои послания, ощущает удовлетворенность, если взрослый реагирует на них соответствующим образом, и обиду, досаду, если реакция взрослого не соответствует его намерениям. Со временем соответствие раздражителя и реакции становится для человека своеобразным *поощрением* определенного типа его коммуникационного поведения. Так, например, если в разговоре на нашу реплику «Результат матча – потрясающий!» собеседник заинтересованно реагирует чем-то вроде «Да что вы говорите!», то тем самым, продемонстрировав нам соответствие своей реакции нашим исходным раздражителем, – он стимулирует наше стремление рассказать о ходе матча.

Отнесем высказанные только что замечания к *педагогической коммуникации*. Если учитель сообщает некую информацию, то тем самым он ожидает соответствующей реакции со стороны учащегося. Он испытывает удовлетворение, если реакция себя обнаружит, и тогда он сам начинает их лучше понимать, и как результат, подавать все лучше подготовленные сообщения, у него появляется творческое отношение к работе.

В случае несоответствия раздражителя и реакции проявляются все более и более расходящиеся позиции, и в конце концов педагог может формулировать сообщения, сильно не соответствующие чувствам учащегося, уводящие от сути дела (часто это случается с молодыми преподавателями).

Он испытывает *фрустрацию*, начинает недоверчиво относиться к окружению и к содержанию сообщений. Стоит подчеркнуть то, что каждый передающий должен точно оценить, как воспринимается его сообщение. Если имеет место соответствие раздражителя и реакции, взаимопонимание педагога и учащегося, то можно сказать, что передача информации относительно эффективна. Это, видимо, один из лучших показателей того, насколько эффективна коммуникация. В противном случае возникает вопрос доверия по отношению к педагогу. Это – важнейшая проблема, как в самой теории коммуникации, так и практике ее использования...

Проблема воспринимающего информацию, адресата послания, видимо, несколько сложнее, чем рассмотренная выше проблема передающего ее. Реагируя

положительно на стимулы, посылаемые передающим сообщением, адресат демонстрирует определенный набор реакций, которые замечает и источник сообщения и, как правило, все остальные. Источник, в свою очередь, учитывает реакции адресата и переходит к новым стимулам, раздражителям. Если и все остальные отреагируют аналогичным образом, то получатель сообщения ощутит удовлетворение и почувствует себя уверенней, и в дальнейшем он будет реагировать в соответствии с содержанием послания. Если, реагируя в соответствии с посланием, он столкнется с неблагоприятной реакцией (несоответствующей его собственной) и если эта ситуация будет повторяться, воспринимающий окажется в положении изолированного индивида, отчужденного от общества. Все это значит, что невозможность гарантировать соответствие раздражителя и реакции на него ведет к возникновению фрустрации, а в итоге – к устранению наиболее заинтересованных адресатов сообщения. Такой вывод – чрезвычайно важен для организации педагогической деятельности, ибо сбои в этом виде деятельности могут вести к потере учителем наиболее талантливых учащихся.

Общий принцип, который можно сформулировать в результате анализа типа розеновского анализа, может звучать следующим образом: соответствие реакции воспринимающего сообщению посылаемым раздражителям в соответствующих посланиях – должно ощущаться как поощрение как в субъективно-индивидуальном понимании, так и в понимании общества...

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ :

1. *Podgorecki J., Smirnov I. W.* Rerum Socialium Disquisitiones Russicae-Polonicae: VII. Najnowsze drogi teorii komunikacji społecznej i nauczanie o kompetencji komunikacyjnej (złe notatki) // ACA International Scientific Conferences Series. Volume I. Jerusalem & World: International Scientific Conference (...) (February 20—28, 2009. (...)) / American Conc. All., LLC, and other. New York; Jerusalem, and other: Sine Publishing House, 2009. P. 99—104.

2. *Smirnow I. W., Ropski J.* Rerum Socialium Disquisitiones Russicae-Polonicae: XII. Informacja socjalna i komunikacja społeczna. Umiejętności interpersonalne współczesnego nauczyciela. Komunikacja interpersonalna warunkiem skutecznego kierowania organizacją // ACA International Scientific Conferences Series. Volume VI / American Conc. All., LLC, and other. New York; Paris, and other: Sine Publishing House, 2010. P. 59—68.

3. *Smirnow I. W., Ropski J.* Rerum Socialium Disquisitiones Russicae-Polonicae: XV. Traktat. (Informacja socjalna a komunikacja społeczna. Umiejętności interpersonalne współczesnego nauczyciela. Komunikacja interpersonalna warunkiem skutecznego kierowania organizacją. Istota mobbingu jako zjawiska – w szkole i instytucji) // Topical Problems of the Humanities Knowledge: (International Interdisciplinary Scientific-Theoretical & Methodical Journal). 2009. Number 1—3. S. 188—215.

4. *Smirnov I. V., Podgorecki J. L., Ropski J., Fiedor M. W.* Rerum Socialium Disquisitiones Russicae-Polonicae: XVIII. Communicative Competence of Today's Academic Teacher – in the Conditions of Strictio Intervallorum Constantiae. 2012.

5. *Mika S.* Wstęp do psychologii społecznej. Warszawa, 1972. Strony 154 i następni.

6. *Podgorecki J.* Potencjal komunikacyjny nauczyciela // Komunikacja społeczna a wartości w edukacji: Nowe znaczenie i sytuacje / Pod redakcją W. J. Maliszewskiego. Tom II. Szkolna przestrzeń interakcji i działań komunikacyjnych. Toruń, 2007. Strony 69—79.

7. *Podgorecki J., Ropski J.* On the Moral Determinants of Social Communication // ACA International Scientific Conferences Series. Volume I. Jerusalem & World: International Scientific

Conference ⟨...⟩ (February 20—28, 2009. ⟨...⟩) / American Conc. All., LLC, and other. New York; Jerusalem, and other: Sine Publishing House, 2009. P. 68—72.

8. *Orban Lembryk L., Podgorecki J.* Atrybucje Psychologi Społecznej: Podrecznik Akademicki / Państwowy Uniwersytet Przykarpacki, Uniwersytet Opolski. Ivano-Frankowsk; Opole, 2010. 418 str.

9. Topical Problems of the Humanities Knowledge: ⟨International Interdisciplinary Scientific-Theoretical & Methodical Journal⟩. 2010. Number 1—2. S. 72—75.

10. *Smirnov I. V.* Information and Truth: a Long Way from the Sacral to the Profane... // From Egyptian Papyri to Computer: Objectification of Consciousness in Developing of Human Civilization & Culture: International Scientific Conference (February 28—March 11, 2011. ⟨...⟩) / The K. S. U. C. & A. Humanities Cen., and other. New York; Sharm el-Sheikh, and other: Sine Publishing House, 2011. P. 37—42.

ФИЛОСОФИЯ КОММУНИКАЦИИ

В.О. Богданова, С.В. Борисов

КОНСТРУИРОВАНИЕ РЕАЛЬНОСТИ В ПРОЦЕССЕ КОММУНИКАЦИИ

Челябинский государственный педагогический университет

В мире современных коммуникаций такая важная функция субъекта как самоидентификация, получает широкое воплощение в разнообразных текстах-сообщениях (файлах, sms, блогах и т.д.). По сути, субъект обретает новую «телесность» в текстах-файлах, которые благодаря средствам телекоммуникации, могут обладать одновременно разными пространственно-временными координатами, а потому лишаться своей «субъективности» в традиционном понимании. Кроме того, субъект, находясь в телекоммуникационной сети, раскрывает свою сущность, выражает свой жизненный взгляд посредством определенных сетевых установок-нарративов. Они представляют собой специфические акты интерпретации, посредством которых определяются смыслы понятные для определенного сетевого сообщества, дающие возможность самоидентификации и самопознания его участников.

Субъект, лишенный телесности (в ее «классическом» понимании), свободно выбирающий своего внешнего репрезентанта, свои ментальные и пространственно-временные координаты, коммуникативных агентов является полиморфным, неопределенным, виртуальным образованием. В своих «играх с идентичностью» субъект, лишаясь естественных оснований очевидности, может обрести свое бытие главным образом через коммуникацию, с помощью соотнесения себя с символическими образами выбираемого им интернет-сообщества. Понятие субъекта расширяется, становится своеобразным контекстом. Таким образом, субъект, с одной стороны, соответствует требованиям и сценариям, которые предлагает ему сетевое сообщество («виртуальный субъект»), с другой – соизмеряет с этими требованиями свои потребности и жизненные интересы («реальный субъект»).

Фактичностью своего существования «реальный субъект» включен во все многообразие связей с миром, систему отношений с другими субъектами. Коммуникация является одним из способов достижения «реальным субъектом» своей идентичности посредством «опредмечивания» накапливаемого человеческого опыта в виде знаний, ценностей и продуктов деятельности. «Виртуального субъекта» можно уподобить некоему «смыслообменнику», «медиуму», который погружен в информационный поток и перехватывает проходящие сообщения, соотносимые со структурой его когнитивного аппарата. Процесс познания представляет собой, по сути, процесс «сборки субъекта», включающий в себя процесс «наполнения» биологически обусловленных априорных форм сознания содержанием «универсальных языковых структур», растворения субъекта в формах символического, языкового и социального порядка. Таким образом, человеческое «я» – это не нечто данное, а продукт биологической, психологической, социальной и культурной интеграции.

Однако возможен и обратный процесс – процесс «сборки реальности» субъектом. Ведь реальностью в информационном пространстве является, по сути, система отношений, обусловленная символическим обменом. Именно перераспределение символов и знаков является основной, хотя и не всегда осознанной, целью коммуникации. Интеракция наделяет смыслом, значением бесструктурные и аморфные информационные поля с бесконечным количеством измерений. Потенциальное (информация, символ) становится актуальным (смысл, знак) благодаря коммуникации. Нечто аморфное, децентрированное обретает свойства системы, становится управляемым, предсказуемым. Реальность «рождается» как продукт сгущения смысловых полей. Благодаря коммуникации информация субъективируется. Виртуальное информационное пространство обретает статус реальности, становясь пространством жизненных смыслов субъекта и его реальной деятельности.

О.Д. Гаранина

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПАРАДОКС ИНФОРМАЦИОННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Московский государственный технический университет гражданской авиации

Констатируя наличное существование созданной человеком новой информационной социокультурной реальности, отмечу незрелость данной социально-исторической формы. Эта незрелость проявляется в парадоксах современного бытия человека, влияющих на трансформацию его сущностных личностных свойств. Остановимся только на одном парадоксе, фундированном особенностями коммуникации в информатизированной среде. Суть этого парадокса, названного коммуникативным, заключается в том, что каждый человек в сетевом

информационном взаимодействии открыт миру и одновременно закрыт для социального (в подлинном смысле этого слова, т.е. человечески-совместного) общения. В сетевом обществе он технически связан с каждым и социально не связан ни с кем. Содержание указанного парадокса кратко может быть выражено в тезисе: «в информационной среде можно общаться с кем, когда и сколько угодно, но личное взаимодействие не обязательно». Возникновение коммуникативного парадокса обусловлено необычайным расширением коммуникативного пространства личности в результате развития информационно-коммуникативных технологий и одновременным сужением межличностного взаимодействия границами Интернета, спутникового телевидения, мобильной связи и т.п., что обуславливает формирование чувства оторванности от реальной жизни и отчуждение человека от других людей. Виртуальная реальность богата событиями и персонажами, общение с которыми подчас превращается в потребность, вызывает интерес и даже нередко эмоционально окрашено. Однако усиливающееся стремление к виртуальному общению (превращающееся подчас в пагубную привычку) вытесняет реальное взаимодействие, личное общение. По мнению Дж.Нейсбита, сидение в комнате в полном одиночестве и «разговор» по Интернету в чате есть совершенно новый социальный феномен, отнюдь не заменяющий человеческой общности [1]. Парадоксальное следствие вызывает и содержательная наполненность виртуального коммуникативного пространства: человек может связаться с миром в любой момент и получить любую информацию, но вместе с тем он остается одиноким и никому не нужным. Ценность Интернета заменяет ценность личного взаимодействия, на которое не остается времени и интерес к нему пропадает. В 2008 г. в февральском номере журнала «PSYCHOLOGIES» опубликовали статью «Компьютер как новый член семьи», основой которой стали дискурсы о роли информационной техники в жизни людей. «Мой муж, – рассказывает 54-летняя Диляра, – закрывал дверь, чтобы поговорить через веб-камеру, а когда я просила его научить меня пользоваться компьютером, он отказывался под тем предлогом, что это его тайное убежище. Потом мы купили другой компьютер для меня и дочери, и у нас теперь два компьютера, два кабинета... и две жизни». Ф. Уэбстер пишет, что «есть что-то тревожное в онлайн-отношениях, которые могут быть прерваны простым нажатием кнопки. Подобные поверхностные, ни к чему не обязывающие, эгоистические отношения не заслуживают названия «сообщества» [2]. Для характеристики нового характера взаимодействия людей интересную метафору подобрал А.Тоффлер, назвав его «обществом одноразовых стаканов», а человека этого общества – «модульным человеком» [3]. Он указал на коренное изменение психологии личности в новых социокультурных условиях, детерминированное ослаблением «социального давления», утрачивающего свое регулятивное значение в «поддельной реальности», создаваемой современной информационной техникой. В этой быстро развивающейся реальности утверждается и позитивно оценивается фрагментарность коммуникативного личностного взаимодействия, обусловленная временностью, быстротой смены, разнообразием отношений человека. Происходит

изменение традиционной схемы общения (коммуникации), ориентированной на стабильность, долговременность, преданность, верность, в сторону рациональности, полезности и, в конечном счете, моральной безответственности.

Примечания:

1. Нейсбит Д. Высокая технология, глубокая гуманность: Технологии и наши поиски смысла / пер. с англ. А.Н. Анваера. М., 2005. С. 33–34.
2. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект Пресс, 2004. С. 140-141.
3. Тоффлер А. Футурошок. СПб.: Лань, 1997. С. 40, 72.

С.А. Глазкова

ТЕХНОЛОГИЯ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В МОБИЛЬНОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Санкт-Петербургский государственный университет

Последние годы массовое распространение переживают коммуникативные технологии, связанные с феноменом «дополненной реальности». Под «дополненной реальностью» «понимается любой случай, когда реальная среда дополнена виртуальными (компьютерными графическими) объектами» [1]. «Дополненная реальность» представляет собой особую коммуникативную среду, в которой созданы возможности для получения дополнительной информации или дополнительного действия за счет размещения в реальной среде выходов к виртуальным возможностям (информации или активности). Особое место в описываемой ситуации занимает мобильная коммуникативная среда, взаимодействующая с «дополненной реальностью». Технология, позволяющая формировать дополненную реальность в мобильной коммуникативной среде – это технология QR-кодов – (*quick response*)-двухмерных штрих-кодов. Мобильные телекоммуникационные устройства на соответствующих технологических платформах (напр.: IOS, Android) могут запускать многочисленные приложения, позволяющие включаться в «дополненную реальность». «Дополненная реальность» в ее мобильном варианте может носить как коммерческий, так и общественный или приватный характер. В 2011 г. коммерческое использование существенно расширилось, и в отдельных отраслях, таких, как реклама, туризм, – стало модной тенденцией. Коммерческому применению способствуют такие факторы, как: открытость технологии, а значит и свобода для создания и использования; быстрота сканирования и дешифровки; высокая защита от ошибок коммуникации; разнообразие форм кодируемой информации [2].

Помимо рыночного использования технология QR-кодов уже широко используется в межличностной коммуникации, в современном искусстве.

Очевидно, что QR –коды представляют собой новый формат мобильной коммуникации, который набирает популярность благодаря нескольким факторам: 1) характер новизны технологии. Новые технические устройства коммуникации востребованы среди потребителей, определяемых в психографике как суперноваторы. Необычные новые возможности получения информации, сопряженные с эксклюзивностью (модели телефонов и смартфонов, программное обеспечение) привлекают пользователей. 2) полужакрытый характер коммуникации: информацию в зашифрованном виде может получить каждый, но для дешифровки нужны дополнительные условия – (модель мобильного коммуникационного устройства и программное обеспечение). Без этих условий коммуникация невозможна. 3) графические особенности форматирования информации. Мода на графику вкупе с модой на новейшие форматы коммуникаторов способствуют распространению QR-кодов в массовой культуре.

Технологические особенности применения QR-кодов позволяют им включиться в значительное число жизненных практик современного жителя мегаполиса, где они организуют новый формат коммуникации: полужакрытый, интегрированный с традиционными форматами коммуникации и позволяющий чаще выходить из объективной реальности в виртуальную.

Однако, необходимо отметить некоторые социальные следствия этого процесса: усложнение процесса коммуникации (требует больше ресурсов: экономических, технологических, временных); трансформация характера коммуникативной компетентности ; создание барьеров в коммуникативном пространстве.

Примечания:

1. Milgram P., Kishino A. F. Taxonomy of Mixed Reality Visual Displays //IEICE Transactions on Information and Systems (Institute of Electronics, Information and Communication Engineers, Tokyo) , E77-D(12), pp. 1321—1329, 1994. См. по: [Электронный ресурс]. URL: http://vered.rose.utoronto.ca/people/paul_dir/IEICES4/ieice.html.
2. Donelly P. Using QR Codes (2D barcodes) For Business [Электронный ресурс]. URL: <http://techcocktail.com/home/2010/05/05/using-qr-codes-2d-barcodes-for-business/> (дата обращения: 09.01.12).

Л.И. Евсеева

ПРОБЛЕМА ЛИЧНОСТНОЙ ОБУСЛОВЛЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Вступление мировой цивилизации в новую стадию развития привели к увеличению информационных ресурсов, производимых человеком, развитию духовной собственности, включению значительного числа трудоспособного

населения в сферу не только производственного, но и социального, коммуникативного и других процессов.

Любые социальные изменения носят прогрессивный характер только в том случае, когда они обеспечивают развитие личности. Более того, в процессе реформирования общества сама личность должна рассматриваться как главная и конечная ценность и цель. Очевидно, что изменения, происходящие в обществе, не могут не оказать существенного влияния на содержание и направленность коммуникативных процессов.

В 50-60-е годы XX в. придерживались медиацентрированной позиции, при которой воздействующая роль массовой коммуникации считалась главенствующей, формирующей сознание и поведение аудитории, а активная роль отдавалась либо коммуникатору, либо «лидерам мнений». Возникшее в 70-е годы XX в. направление «использования и удовлетворения», утверждает человекоцентрированный подход, согласно которому реципиент стал рассматриваться как активный социальный субъект. Аудитория выбирает из предлагаемых СМК материалов те, которые соответствуют ее запросам и тем самым влияет на результат их функционирования, поскольку, с одной стороны, создает спрос (рынок), а с другой – самостоятельно интерпретирует воспринятое.

На рубеже веков появляются теории коммуникации, которые выстраивают свои приоритеты, опираясь на новые типы информационных возможностей. В частности М. Маклюэн построил свою теорию, базируясь на нескольких основополагающих идеях. Во-первых, это повышение роли канала коммуникации. По его мнению, современные средства коммуникации (например, телевидение) передают не столько само сообщение, сколько его автора. Во-вторых, рассмотрение мира как одной глобальной деревни, единство которой достигается за счёт СМИ. Под влиянием СМИ меняются баланс чувств человека и социальное мировоззрение, исчезает или модифицируется индивидуализм, люди перестают быть отчуждёнными и разобщёнными, т.е. электронные средства общения ведут к созданию нового общества, которое будет «всеохватывающим», требующим участия всех его членов. В-третьих, разделение СМИ на «горячих» и «холодных». Первые полностью «загружают» органы чувств, вторые – из-за недостаточной информационной определённости задействуют не все органы чувств [1].

Информационная ситуация не только не разрушает, но и предполагает способность граждан выбирать нужную им информацию. П. Норрис утверждает, что деятельность современных СМИ как наиболее важных агентов информационного пространства порождает три базовых эффекта, обеспечивающих прямую связь между ней и «уровнем гражданской сознательности» населения: «эффект выбора»; «медиа эффект»; «эффект взаимодействия» [2].

Влияние на личность – явление сложное и характеризуется тесным переплетением не только сознательно, но и стихийно воздействующих факторов (индивидуальный жизненный опыт, социальные условия существования, социальное окружение и т.д.). Индивид, аудитория не может рассматриваться как пассивный

объект воздействия. Он в принципе относится избирательно ко всем видам внешнего воздействия, принимая и усваивая одно и отвергая другое. Трудности адаптации человека к современным условиям требует разработки новых социальных механизмов стабилизации коммуникативных процессов, поиска новых социальных форм упорядочения коммуникативного пространства.

Примечания:

1. Маклюэн М. Телевидение. Робкий гигант//Телевидение вчера, сегодня, завтра. М., 1998. Вып. 7. С. 15.
2. Norris P. AVirtuous Circle. Political Communication in Postindustrial Societies. L. 2001. P. 17-18.

Л.Д. Петряков

ПРОСТРАНСТВО ДИСКУРСА КАК ИСТОЧНИК СУГГЕСТИВНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ

Ярославский государственный технический университет

Хотя в современном мире человек нуждается в правильной, систематичной и актуальной информации об окружающем мире, мы часто сталкиваемся с тем, что высказывания членов некоторой социальной группы противоречат общеизвестным научным фактам, дезориентируют людей в экономике, политике, образовании. Актуальность события зависит от времени, за которое люди могут к нему подготовиться: предотвратить негативные последствия, в идеале и само событие. Самое актуальное, ожидаемое завтра событие усилиями информированных людей не произойдет завтра. Актуальная информация может быть ложной. Систематичность, упорядоченность информации так же не обеспечивает её истинность: если мы информированы по поводу возможной неистинности слов, то понятия и системы понятий, независимо от их источника, гораздо реже подвергаются нашей критике. Система же, часто, есть способ достижения цели, поставленной автором теории. Для достижения этой цели автор может использовать понятия с пустым объемом и бесконечным содержанием. А полная упорядоченность, достигнутая в теории, не будет говорить о ее истинности, поскольку теорема полной упорядоченности применима только к другим теориям, а не к материальному миру. Истинность информации современный человек проверяет в пространстве знаков. Там знаки (высказывания) как первого, так и второго уровня рефлексии, могут выступать в качестве реальности для знаков метауровня, не обязательно являющегося высшим по отношению к своему объекту, но отражающим некоторые, существенные для нас свойства этого объекта в своих знаках. При этом происходит перенос части значений со знаков одного уровня на знаки другого. Так естественный язык использует метафоры-имена различных животных для выражения в них свойств некоторых людей.

Онтология дискурсивного пространства начинается с убеждения, что мысль стремится охватить целое, находясь в некоторой точке пространства знаков. Знаковое пространство при этом не изотропно, а размечено выделенными знаками, относящимися к разным предметным областям, таким как синтаксис языка и категориальные схемы конкретных областей знания. Метафорой дискурсивного пространства может служить апейрон, подобный стволу дерева, имеющего три отличающихся друг от друга разреза, которые можно уподобить истории, логике и дискурсивной практике. История подобна росту дерева вверх, логика – откладыванию годовых колец, а дискурсивная практика – вращению в тело ствола ветвей, т.е. изменению текстуры. Последняя означает зависимость систем знания от социальных и других внешних факторов, которая, с разных сторон была показана такими исследователями как М. Фуко, А. Тойнби, Ю. Рождественский. Дискурс – анализ показывает, что теория, мировоззрение и суггестивная формула могут иметь общую базу, выявляемую в пространстве дискурса. Этой базой является незаконченное высказывание – аттрактор. В качестве аттракторов, следуя Фуко, можно рассматривать бессмысленные, случайные словосочетания, вызывающие притяжение других высказываний. После исчерпания мысли вторых происходит возвращение к первым «бесконечно означающим». Цикл осмысления осуществляется при условии – запрете считать первое высказывание бессмысленным. Примеры аттракторов: ты есть то, ученое неведение, знаю, что ничего не знаю, последнему, что и первому. Дискурс строится вокруг аттрактора как система утверждений, обосновывающая сомнительный или даже абсурдный с точки зрения здравого смысла, тезис: «Никогда не было так, чтобы не существовал я или ты...»[1., с.97]. Устойчивость в сознании аттракторов можно объяснить презумпцией осмысленности текста, подобной презумпции невиновности и разумности человека. Человеку кажется, что эти высказывания заключают идею-проблему, которую ему необходимо решить. Но в отличие от ученого, знающего область приложения абстракций, неспециалист трактует их слишком широко, и его интерпретация начинает противоречить фактам. Следствием этого становится «зависание» разума, попавшего в неразрешимое противоречие между понятиями и реальностью. Такой человек часто становится объектом манипуляций.

Примечания:

1. Бхактиведанта А.Ч. Бхагавад-Гита Как она есть. Полное издание. Бхактиведанта Бук Траст. М – Л. 1990.

БЫТИЕ И КОММУНИКАЦИЯ КУЛЬТУРЫ

Самарский государственный технический университет

Глубинные перемены, происходящие в обществе, обострение геополитической и общественно-политической ситуации, противоречия, пронизывающие нашу эпоху, требует поиска отношений, способов жизнедеятельности, которые интегрируют сообщество людей. Раскрывая положение о единстве как цели истории, К. Ясперс пишет: «Быть может единство истории возникает из того, что люди способны понять друг друга в идее единого, в единой истине, в мире духа, в котором все осмысленно относится друг к другу, все соприкасается друг с другом, каким бы чужим оно не было. Единство вырастает из смысла, к которому движется история, смысла, который придает значение тому, что без него было бы в своей разбросанности ничтожно».[1. с. 262] На наш взгляд, именно понятием смысла фиксируется бытие культуры. И всякое явление становится культурным в той мере, в какой оно является осмысленным.

В периоды потери смысловой связи времен, актуализируются вопросы понимания. Данная проблема, как отмечал Х.Г. Гадамер, «встает всякий раз, когда терпят крах попытки установить взаимопонимание между регионами, нациями, блоками и поколениями, когда обнаруживается отсутствие общего языка и вошедшие в привычку ключевые понятия начинают действовать как раздражители, лишь укрепляющие и усиливающие противоположности и напряжение» [2. с.43]. Осмысление наличного состояния культуры в полной мере задает представление о причинах размыкания единства смысла. В частности, ускорение истории, стремительное обновление языка XXI в., является фактором осложнения взаимопонимания поколений. Термин «понимание», тем самым, является ключевым в культурной коммуникации. И его использование проявляется в двух смыслах: как фактор интеллектуальный, познавательный, и, с другой стороны, как сопереживание, вчувствование. Исторически проблема понимания стала обсуждаться в сопоставлении с объяснением – как отдельно взятые методы познания. В этой связи понимание обусловлено сложным переводом и адаптацией новой информации с уже имеющейся системой знания и опыта. С другой стороны, решение проблемы понимания – вопросы эффективности культурного диалога как между культурами разных эпох, так и разных культур, существующих одновременно. Диалог культур – средство обретения ими самотождественности. Попытки выявить универсальные концепты человеческой мысли в культуре осуществлены Г. Лейбницем в «алфавите человеческих мыслей»; советским музыковедом Б. Асафьевым в «интонационном словаре эпох» и др.

В заключении отметим, описание значений и смысла, закодированных в языках культуры – это не только представления о действительности, но и определение бытия как связи явлений самой культуры.

Примечания:

1. Ясперс К. Истоки истории и ее цель. М., 1994.
2. Гадамер Х.Г. Актуальность прекрасного. М. 1991.

*Мария Язовник (Maria Jazownik)
Лешек Язовник (Leszek Jazownik)*

ИСТОРИОГРАФИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОММУНИКАТИВНАЯ. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ И. КОЧУБЕЯ В КОНТЕКСТЕ МЕТОДОЛОГИИ ИСТОРИЧЕСКОГО И ИСТОРИКО-КРАЕВЕДЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Республика Польская, г. Зелёна Гура, Университет Зелёногурский

Является ли историография коммуникацией? Мы позволим себе начать эту короткую, тезисно написанную статью с обоснования взгляда на историографическую деятельность как на деятельность коммуникативную... «Как известно, классическое понятие коммуникации таково: это общение, позволяющее “Я” обнаруживать себя во внутреннем мире Другого. Если следовать духу К. Ясперса, Э. Мунье, О. Больнова, Ф. Кауфмана – мы должны в своем анализе коммуникации отталкиваться от понимания ее как “сознательно устанавливаемой взаимозависимости”, которая “противоположна договору”, ибо последний есть “связь, покоящаяся на фактической разобщенности людей”. “Контакт вместо контракта”, как изрек Кауфман! Такой взгляд открывает нам возможность – также и работу историка подвергнуть анализу с позиций коммуникативной теории... Если зависимость *реципиента* сообщения от автора сообщения, в принципе, достаточно очевидна (ср., например, то, что я называю презумпцией ценности, – то, что побуждает нас со вниманием приступить к чужому тексту), то зависимость *автора* может проступить не столь рельефно, особенно когда его отделяют от “читателя” многие столетия... Но... разве фараон, редактировавший пиар-текст надписи на обелиске, – не имел перед внутренним взором в том числе и далекого потомка?.. Хотя владыки являются в мир никак не по воле поэтов, но (как пишет замечательно ибн Йамин в одном кытъя):

ز شاعر زنده ميماند بگيتي و نام شاهان را
فروغ از رودكى دارد چراغ دوده سامان

– то есть именно *поэты* дают жизнь (для позднейших времен) *именам* владык, и Саманов род (= Саманиды) светится отраженным светом от Рудаки (величайшего поэта)... / Свет Саманидов – есть только блеск в свете Рудаки!.. / [...] Если симбиоз

текстов и их контекста позволительно уподобить, скажем, карьеру, тогда автор текста – это автор партитуры, а историк – музыкант, помогающий колоколу-тексту звучать вновь и вновь и величаво вступать его звуку в светозарное пространство активного бытия. [...] теперь мне очевидны черты сходства между коммуникацией, понимаемой общепринятым образом, и таинственным *co*-общением автора исторического послания с “удаленными” получателями...” (I. Kochubey. De liturariis).

Что позволяет историку озвучивать текст? Методология как инструмент историка. Проблема методологического обеспечения исторической науки не теряет актуальности. Конкретно наше исследование исторического социально-культурно-политического Целого (см., например, работы [1]) обращено, в большой мере, на *реконструкцию повседневной жизни* определенной группы (что же касается описания повседневности – *everydayness* – см., напр., [2, p. 80]) и основано у нас на том, что внимание сосредоточивается на *некоторых деталях* этой повседневности... Сами интересующие нас детали могут быть многочисленны, но по их смыслу родов, видов их – совсем немного. Эти детали – «говорящие», по терминологии современного философа культуры И. Кочубея (см., напр., том “*Pamięć czasu Zagłady 1939 – 2009*”, с. 165¹). В соответствии с общим алгоритмом метода “*Rem parvulam cognoscere*”, второй шаг в названном методе – это нахождение таких деталей. Они – *много-обещающие*, но то соблазнительное «обещание», которое они содержат, будет выполнено, только если мы применим мощную, настойчивую, энергичную многоплановую герменевтику. Теперь, после этих вводных замечаний и отсылки к общей литературе по микроистории [3] (см. также и другие труды, отраженные в библиографическом списке к данной статье) – мы хотели бы остановиться на отдельных моментах – важных для нашей работы, но неочевидных и тонких...

Мелочь. Метод М. Блока и Л. Февра предлагал отвернуться от единичного и случайного и углубиться в повторяющееся, регулярное в истории – т. е. в те процессы, которые раскрывают закономерности исторического развития. Выбирались достаточно массовые совокупности и значительные *временные* отрезки для анализа глобальных социальных изменений (в связи со сказанным см. также [4, p. 8 – 18]; хотя основной текст статьи – на арабском языке, однако имеются довольно подробная аннотация и пространные пояснения к фотографиям, написанные на английском). На этом поприще были достигнуты немалые, широко известные успехи. В 1990 г. Дж. Леви заметил: «Микроистория означает не разглядывание мелочей, а рассмотрение в подробностях»; И. Кочубей идет дальше: он радикально настаивает на важности мелочи и обосновывает внимание к мелочи всем своим методом, который, – цитируем, – «исходит из значимости детали, *мелкого и даже буквально минимального*» (см. “*Pamięć czasu Zagłady [...]*”, с. 164 – 165); см. также в [5, с. 333]). Конечно же, не сразу можно понять, что подразумевается под «значимостью [...] *буквально минимального*», – в связи с этим см. словарную статью рассматриваемого автора в фундаментальном междисциплинарном энциклопедическом словаре [6], созданном при участии The “Paideia” Project Бостонского университета и др.

Единичный (отдельный) человек. По знаменитому замечанию М. Блока, «Предметом истории является человек. Скажем точнее – люди. [...] Настоящий [...] историк похож на сказочного людоеда. Где пахнет человечиною, там, он знает, ждет его добыча» (высказывание цитируем по очерку [7, с. 179]). Однако жанр исторической биографии не избежал кризиса – в середине XX века, – связанного с воздействием структуралистских теорий, которые испытывали интерес к социальным системам, *но не к отдельным индивидам*, даже если последние и образовывали эти системы [8]! Для броделевской концепции «тотальной», всеобъемлющей истории, которая охватывала природно-географический, социальный и индивидуальный факторы исторического развития, – время индивида и отдельного события оказывалось слишком коротким [9]. Авторитет Ф. Броделя вскоре сказался на жанре исторических биографий: они приобрели именно «тотальный» характер, ставя своей целью изучение эпохи, а не индивидуальных качеств действующих лиц (это наблюдение сделано автором очерка [7, с. 179–180]).

Имя как символ предельно конкретного индивида. В нашей работе мы особенно старались *восстановить имена* конкретных персон – «актеров» истории... О собственном имени как о *наиболее индивидуальном и наименее повторяемом из показателей* – см. у К. Гинзбурга и К. Пони [10].

Значимые связи («говорящей» детали с другими деталями). «Говорящие» детали потому и являются многообещающими, что они особенно сильно связаны с другими элементами исследуемой системы – а значит, и с Целым. Анализ детали в значительной степени опирается у рассматриваемого философа на схему универсальной монадной репрезентации (ср. учение Г. Лейбница о предустановленной Богом гармонии). Вопрос этот трактуется, и ближайшая литература дается – в его и А. Касадо Маркоса де Леона «“*Harmonia praestabilita*” у Г. Лейбница и К. Г. Юнга»; см. также [11].

Возврат к старой мечте о целостной истории. Индивидуальное – новый подход к социальному через нить *частной судьбы* – человека или группы – за которой проступает весь клубок связей, куда она вписана [10].

Контекст. «Если для того, чтобы понять личность, достаточно знать о ней все от рождения до смерти, а чтобы понять событие – все его аспекты, то современные журналисты оказываются вооруженными гораздо лучше, чем историки», – так не без иронии замечает Жак Ревель. Разрешение этой проблемы, – ср., например, [12], – И. Кочубей видит в обращении к *контексту* (понятие, излюбленное у него; при этом он понимает контекст так же широко, как и *текст* – в культурологическом, философском смысле).

В качестве *res pargulae* в нашем исследовании выступает, например, фольклорный, материал – тексты песен, бытовавших среди жителей поселений Хнильча, Пановиц, Гниловод, Подхаец, отдельных реплик, слоганов, лозунгов, сохранившиеся для нас в воспоминаниях современников [13]. Максимально информативными эти песни были *лишь для современников*; но *наше* более или менее адекватное понимание полноты смысла тех песен и реплик – возможно единственно

через реконструкцию контекста текста.

Человек, показываемый в экстремальных обстоятельствах жизни. Одним из основных объектов микроистории становится частная судьба человека, человеческие действия как таковые. Так, Люк Болтаньски и Лоран Тевено (см. тр. [15]) отвергают подход к человеку как абстрактному индивиду; они предлагают изучать людей прошлого в самые острые моменты их жизни: моменты конфликтов, разоблачений, споров или разрывов. (Мы изучаем наших героев в обстоятельствах грубого, жестокого насилия над ними или причиняемого ими, бегства и жизни в качестве переселенцев.)

Разработка новой методологии “*Rem parvulam cognoscere*” – с ее жестким требованием осмысливать образующие объект мелочи, детали «именно в качестве частей сложного и вполне системного изучаемого объекта» и многослойным анализом таких деталей – выглядит весьма перспективной.

Список использованных источников:

1. Pamięć czasu Zagłady 1939 – 2009 / Redakcja Maria Jazownik i Anita Kucharska-Dziedzic. Zielona Góra: Wydawnictwo “Księgarnia Akademicka”, 2011, 450 stron; Jazownik M., Jazownik L. Między mikro- a makrohistorią. Losy mieszkańców wsi gniłowody jako exemplum zagłady polskich kresów wschodnich. 2012, strony 186 – 200.

2. Kochubey I. ΒΛέπων Μετέωρος Ἄνωθεν Ἀδημονῶν τε Ἀπορῶν...: V. In the Mist... Init. Articles Containing Yet Vague Outlines of My Doctrine ab. the Order of Everyday Things... // ACA Int. Sci. Conf. Series. New York; Paris, &c., 2010. Vol. VI, p. 74 – 81.

3. Самым известным «манифестом» микроистории стала статья Дж. Леви: Levi G. On Microhistory // New Perspectives on Historical Writing / Edited by Peter Burke. University Park (Pennsylvania), 1992, p. 93 – 111, – опубликованная впервые более 20 лет назад.

4. ، "ordo vulgarium" – "وردو فولغار يوم" ، تدخيل المصطلح ، الحياة العادية ، نظام الأشياء العادية : (مع صوار علي أساس الوثائق بمصر عتيق)

/ Kochubey I. V. e. a. // From Egyptian Papyri to Computer: Objectification of Consciousness in Developing of Human Civilization & Culture: International Scientific Conference (February 28 – March 11, 2011. [...]). New York, Sharm el-Sheikh, &c.: Sine Publ., 2011, p. 8 – 18.

5. Kochubey I. e. a. // Topical Problems of the Humanities Knowledge: [International Interdisciplinary Scientific-theoretical & Methodological Journal]. 2009. No. 1–3, s. 328–335.

6. Kochubey I. Global as the Minimal // Global Studies: International [Interdisciplinary] Encyclopedic Dictionary / Main Editors I. Mazour et alii; Editorial Council: T. Daffern, I. Kuçuradi, W. McBride, et alii. New York, & cet.: Publishing House “Elima” & cetera, 2006.

7. Польская С. А. Микроистория в зеркале исследований современной французской медиевистики // Новая локальная история. Вып. 1. Ставрополь: СГУ, 2003. 262 с.

8. Так, Фернан Бродель заявлял, что «событие – это пена на волне истории»; см. в: Ginzburg C. Signes, traces, pistes: racines d’un paradigme de l’indice // Le Débat. 1980. № 6.

9. Поэтому «Долой событие [...]! Мне нужно было верить, что история, что судьбы человечества свершаются на значительно более глубоком уровне...»; цит. по: Levi G. Le pouvoire au village: Histoire d’un exorcisme dans le Piémont du XVII^e siècle. Paris, 1989.

10. Ginzburg C., Poni C. Il nome et il come: Mercato storiografico e scambio disuguale // Quaderni Storici. 1979. Numero 40; eidem. Le nom et la manière // Le Débat. 1981. № 17.

11. См., например, такое варшавское издание, как: Koczubej I. Świat jako projekt: Gottfried Wilhelm Leibniz (1646 – 1716) // Studia i Rozprawy / Redakcja naukowa Klaudia Błaszczuk, Jan. Ropski.

Warszawa: Przedsiębiorstwo Graficzne "Drukmasz", 2008, s. 42–45.

12. Burguiere A., Revel J. Présentation // Hist. de la France. L'Espace français. P., 1989. Vol. 1; Nora P. Comment écrire l'histoire de France // Les lieux de mémoire. P., 1993. Vol. 3.

13. В микроистории – устные свидетельства широко использовались в: Gribaudi M. Mondo operaio e mito operaio: Spazi e percorsi sociali a Torino nel primo novecento. Torino, 1987; id. Itinéraires ouvriers: Espaces et groupes sociaux à Turin au début du XX^e s. P., 1987.

14. Koczubej I. Cultus Humani Letum Clarare: VIII. Materiał lat wojennych – jako przedmiot badań naukowych z punktu widzenia metody filozoficznej, akcentującej znaczenie detali, drobiazgów (*res parvulae*)... Moja nowa praca w Polsce // Searching out World Senses ... (Symposium. [...], May 31 – June 15, 2011): [...]. N. Y.; Barcelona, & cet., 2011, p. 47–56.

15. Boltanski L. L'Amour et la Justice comme compétences: Trois essais de social. de l' action. P., 1990; id., Thevenot L. De la justification. Les économies de la grandeur. P., 1991.

И.П. Березовская

СПЕЦИФИКА ПОНИМАНИЯ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ИСКУССТВА

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Под объяснением понимается подведение объясняемого явления под ранее принятые общие истины, а под пониманием – подведение понимаемого явления под принятые ценности. Сходство объяснения и понимания в том, что данные мыслительные операции имеют сходную структуру. В современной философии постмодерна проблема понимания и объяснения реализует себя сугубо в контексте языковой реальности. При обращении к специфике понимания произведений искусства в современной реальности трансформация проблему понимания и объяснения в дискурсивную практику становится проблемной.

Создается произведение искусства в определенной культуре и определенной социальной среде, его создатель предполагает, что аудитория хотя бы интуитивно способна понять его, и возможно объяснить.

Проблеме различия понимания и объяснения особое внимание уделяет герменевтика. В. Дильтей отмечает, что различие их принимает форму дихотомии с того момента, как две противостоящие друг другу позиции начинают соотносить с двумя различными сферами реальности — природой и духом. Под объяснением понимается подведение объясняемого явления под ранее принятые общие истины, а под пониманием понимается подведение понимаемого явления под принятые ценности. Таким образом, сходство объяснения и понимания в том, что данные мыслительные операции имеют сходную структуру. Различие же данных мыслительных операций – в используемых посылах и в характере заключения. Так, при объяснении заключение, следующее из считающихся истинными или ложными посылок, само будет являться истинным или ложным, а при понимании важна ценность вывода, которая основывается на принятых ценностных посылах. Таково

понимание рациональное, которое является результатом более или менее отчетливого рассуждения.

Итак, понимание опирается на ценности, принимаемые художником, его средой, культурой, эпохой и т.п. и разворачивается через соотношение с ценностями. М.М. Бахтин обращает внимание на то, что понимание произведений искусства является взаимодействием сложившихся у читателя или слушателя системы ценностей и понимаемого произведения. «Безоценочное понимание невозможно. Нельзя разделить понимание и оценку: они одновременно составляют целостный акт. Понимающий подходит к произведению со своим уже сложившимся мировоззрением... В акте понимания происходит борьба, в результате которой происходит взаимное изменение и обогащение» [1]. Сам же акт понимания художественного произведения зависит от «горизонта понимания». Совокупность предрассудков и предрассудков, обусловленных традицией, составляет то, что Х.-Г. Гадамер называет «горизонтом понимания». В горизонте понимания центральным, обуславливающим все остальные, является понятие предрассудка. Оно - «суждение, вынесенное до окончательной проверки всех фактически определяющих моментов» [2]. «Предрассудок» вовсе не означает неверного суждения; в этом понятии заложена возможность оценки. Понятие «горизонт» Гадамер употребляет в смысле, близком хайдеггеровскому, когда говорит о языке как горизонте герменевтической онтологии, поэтому логично выяснить, что означает «горизонт» в феноменологии. В феноменологии термин "горизонт" обозначает край перцептуального поля, движущийся и изменяющийся вместе с изменением субъекта. Край перцептуального поля ведет к ожиданию того, что лежит перед ним, а любое данное интенциональное действие подсказывает следующее действие, которое должно быть последовательным по отношению к предыдущему. Подобная последовательность интенциональных действий вытекает из природы самого сознания, которое, как считают феноменологи, всегда связано интенциональной соотнесенностью с предметом. Поэтому невозможно, чтобы интенциональное действие не имело горизонта, т.е. не было связано с какими-либо другими интенциональными действиями. В жизни людей важную, ориентирующую роль играют ценностные смыслы. Они обладают функциями ориентиров, образуют сложный мир смыслов и символов, составляют основу индивидуальных или коллективных суждений и поступков. Таким образом, в акте понимания происходит соотнесение ценностных смыслов и их возможное взаимное изменение.

Объяснение как подведение объясняемого явления под некоторую общую истину может быть правильным и неправильным, т.е. несоответствующим истине. Правильное объяснение предполагает такую интерпретацию произведения, которая в большей степени отражает его как целостность. Вопрос о том, что в искусствоведении должны быть ориентиры для «правильной» интерпретации поднимался уже в 30-е годы 20 века, и для изобразительного искусства Генрихом Вёльфлином были сформулированы основные положения. В основе вельфлиновской теории лежит идея о существовании различных "методов видения", характерных для тех или иных

исторических эпох. Различие методов связано с эволюцией психической природы человека, порождающей изменение зрительного восприятия предметного мира и, как следствие, форм его воспроизведения в искусстве. Исследователь подчеркивает, что смена стилей не зависит от сознательной воли художников. Таким образом, развитие художественных форм у Вельфлина становится внутренне обусловленным, имманентным процессом, подчиняющим себе все остальные моменты творческой деятельности. Поэтому любые знания о художниках играют для понимания искусства второстепенную роль. Отсюда возникает знаменитый вельфлиновский тезис: не "история художников", а "история искусства без имен". Зедльмайр Г. в работе «Искусство и истина: Теория и метод истории искусства» через понятие художественной воли (эта сила, ощущаемая одиноким творцом как объективная власть, направляющая каждый его шаг) приходит к выводу о наличии строгой необходимости, в которую втягивает человека искусство и в которой находит себе опору, оправдание и цель свободное искание. Имя художественной воли — закон, не в смысле человеческого установления или природного порядка вещей, а в смысле глубокой необходимости создаваемого. «Требование адекватности не имело бы смысла, если бы самым изобразительным средствам не был присущ определенный "чувственно-нравственный" характер. Это не следует понимать таким образом, что определенный цвет, например, обладает раз и навсегда фиксированной "выразительной ценностью" — в этом состояло классицистическое заблуждение Гете, — но нельзя также и считать, что художник может придать определенному цвету любой, какой угодно характер. Здесь господствуют тонкие, но постижимые взаимосвязи и закономерности» [3] Таким образом, произведение искусства подлежит объяснению и более того, возможно полноценное искусствознание при полном отсутствии у него внехудожественных фактов и сведений. Может потому творцы и зрители терпят критиков? Понятие «критика» как искусствоведческий термин возникает в эпоху классицизма, тогда же начинают складываться основные критические жанры – рецензия на новую книгу или спектакль, обзорная статья или эссе. Критик профессионально дает объяснение произведения и его оценку. К оценке произведения искусства, предоставленного профессиональным критиком предъявляется требование быть объективной. Здесь есть определенного рода сложность: как ценностное высказывание оценка не может не быть субъективной, но как акт профессиональной деятельности - «критика — наука открывать красоты и недостатки в произведениях искусств. Она основана, во-первых, на совершенном знании правил, коими руководствовался художник или писатель в своих произведениях, во-вторых — на глубоком изучении образцов и на деятельном наблюдении современных замечательных явлений» [4]. «Научность» критики связано с ее возможностью дать объяснение произведению искусства. Это объяснение может быть основано на различных посылах, таким образом, складывается несколько подходов к интерпретации произведения искусства. Каждый научно плодотворный критический подход обеспечивает рассмотрение произведения со специфической стороны, подводя его под определенную «истину» соответствие которой позволяет

дать обоснованную оценку произведения. Гносеологический, биографический, сравнительно-исторический, творческо-генетический структурный, семиотический подходы предлагают свои аналитические методы для проникновения вглубь произведения искусства, анатомирования и выявления его структуры, членения его на элементы и изучения каждого из них, а затем собирания этих частей в целое. И это целое уже основывается на той или иной «истине», обеспечивающей проникновение в его структуру. При изучении искусства, как указывал Белинский, «разум разрушает явление для того, чтоб оживить его для себя в новой красоте и новой жизни, если он найдет себя в нем. Этот процесс и называется «критикою» [5].

Ролан Барт говорит, что отношение критики к произведению – это отношение формы к содержанию. Критик не может претендовать на то, чтобы «прояснить» (объяснить) произведение, нет ничего более ясного, чем само произведение. Но критик может «породить» (вывести) определенный смысл из той формы, которую представляет собой произведение. Критик надстраивает над произведением смыслы, он не просто изучает смыслы, он их, изучая, порождает. Получается, что стремясь к истине, критика не может быть отстранена от ценностей, как, например, в науке. В своих оценочных функциях критика профессиональная базируется на эстетических аспектах теории ценностей — аксиологии. А это значит, что критика включает в себя требование соблюдения объективных правил, подобно правилам научного исследования, только эти правила базируется не на общих естественнонаучных посылах, а на общих воззрениях на историю, искусство, человека, и эти общие воззрения неизменно включают в себя ценностные характеристики; следовательно моральные, социальные и другие соображения включены в критику. В 50-е годы М.Бердсли выдвигает идею создания эстетики как метакритики. Объективные эстетические аргументы критика должны сводить к трем универсальным канонам: единство, сложность и интенсивность. Доводы критика, обосновывающего, почему данное произведение является выдающимся, только тогда будут существенны, когда будут говорить о степени единства, сложности, и интенсивности. Но когда Бердсли начинает описывать каждый из этих канонов, то оказывается, что вмешиваются сюда ценности этические, такие как свобода, удовольствие и т.п., которые выводят критику за пределы эстетического. Таким образом, выявляется ограниченность данного подхода при осуществлении объяснения любого произведения искусства только на основании эстетических категорий. А когда во второй половине прошлого века на смену модернизма приходит постмодернизм, требующий от искусств отказаться от своей модернистской автономии, и провозглашающий плюрализм, все релятивирующий, то выявляется неуместность критики, претендующий на объяснение и разъяснение произведения искусства с любой определенной художественной позиции.

Современный критик все больше переходит на сторону публики и все меньше оказывает влияние на развитие искусства. Объективность его взглядов выражается в их эффективности воздействия на зрителя, а не в степени приближения к истине. Таким образом, оказывается, что любое объяснение произведения искусства будет

связано с большей степени с системой оценок, которые применяются к данному произведению. Объяснение уже совсем не может оторваться от понимания.

Созданное произведение искусство отрывается от создателя и существует для зрителя (читателя, слушателя) как возможность, которую осуществляет он. В связи с этим, как говорит Айхенвальд, создатель произведения «...может совершенно не знать всей глубины своих творений, не понимать, что он создал. Его иррациональное значительнее и больше его рациональности» [6]. В постмодернизме в условиях отсутствия абсолютных и устойчивых эстетических стандартов реакция аудитории на произведение выступает решающим моментом оценки его художественности. Причем эта реакция может быть любой, включая раздражение, возмущение, отвращение. Главное - аудитория должна эпатировать. Насколько уникально произведение искусства, определяется интенсивностью и продолжительностью эпатажа. Призыв постмодернизма к бунту авторитетов, к бунту и против художника и против критика приводит к возвеличиванию обычного человека. Он становится не простым созерцателем произведения искусства, а активным участником создания культурных ценностей этических, эстетических и т.п. У Ролана Барта есть следующая метафора: искусство - постройка. В качестве иллюстрации к этой метафоре, Барт приводит историю аргонавтов, которым боги повелели совершить свое долгое путешествие на корабле – «Арго», невзирая на неизбежный износ корабля. В ходе путешествия аргонавты заменяли на судне его части по мере их износа. В конце они оказались на совершенно новом корабле, хотя не изменили его формы и имени. Объяснить и понять что-либо в произведении искусства созданной в процессе постоянной перестройки одного и того же объекта оказывается невозможным, ибо искусство в данном случае выступает как некая синхронная система, а не как результат развития и эволюции. Отпадают из области исследования такие важные области, как художественный замысел, биографический контекст, психологические модели творчества. Все эти области указывают на темпоральные условия возникновения того или иного произведения искусства. Это в конечном итоге приводит к тому, что остается только возможность участвовать или не участвовать в искусстве, при этом участвуя порождать смыслы, и не участвуя, но реагируя на его эпатажность – участвовать все равно. Таким образом, искусство прошлого, как указывает Ортега-и-Гассет объяснимо и понимаемо, и потому проблема понимания и объяснения существовала, но современное искусство и не понимаемо и не объяснимо, оно воплощаемо.

Итак, проблема понимания и объяснения, которая обстоятельно разбирается в герменевтике, дистанцирующей объяснение и понимание как две взаимно исключающие стратегии, в современной философии постмодерна реализует себя сугубо в контексте языковой реальности, что практически трансформирует проблему понимания и объяснения в проблему дискурсивной практики. При обращении к специфике понимания произведений искусства в современной реальности эта трансформация становится не просто наиболее явной, но и наиболее актуальной.

Литература:

1. Бахтин М.М.: 1) Вопросы литературы и эстетики. – М., 1975. – С. 17–22; 2) Эстетика словесного творчества. – М., 1986. – С. 327.
2. Гадамер Х.-Г. Истина и метод. - М., 1988, С.322
3. Зедльмайр Г. Искусство и истина: Теория и метод истории искусства. 2000 год.
http://sbiblio.com/biblio/archive/seldman_iskusstvo/00.aspx#top
4. Пушкин об искусстве / Сост. Г.М.Кока.- М.: Акад. худ. СССР, 1962. С.140
5. В.Г. Белинский. Речь о критике, произнесенная в торжественном собрании Императорского Санкт-Петербургского университета, марта 25-го дня 1842 года, экстраординарным профессором, доктором философии А.В. Никитенко
http://dugward.ru/library/belinsky/belinsky_rech_o_krit.html
6. Айхенвальд Ю.И. Вступление к сборнику "Силуэты русских писателей"
http://az.lib.ru/a/ajhenwalxd_j_i/text_0100.shtml

О.А. Туминская

МЕТОД ГЕРМЕНЕВТИКИ В ТРАКТОВКЕ ИКОНОПИСНЫХ АТТРИБУТОВ СВЯТЫХ ЮРОДИВЫХ

Санкт-Петербург, Государственный Русский музей

Известные в истории русской православной культуры XIV-XVII вв. святые юродивые изображались в определенной принятой для них иконографии: обнажение, босоножие, растрепанность волос, длинные бороды. Атрибуты, с которыми изображались некоторые из них, довольно примечательны и требуют отдельного пояснения. Это кочерги Прокопия Устюжского, топор Лаврентия Калужского и ведро с удочкой Симеона Верхотурского. Надо сказать, что эти атрибуты неизменны у данных персонажей.

Кочерги Прокопия Устюжского. Кочерга – указующий жезл, который помогает движению, направляет в нужное русло движущихся по нему, она аналогична жезлу, пруту, ветке, а также некоторым предметам домашней утвари (ухват, помело, лопата, брус, дубина, оглобля). Значит, Прокопий мог быть покровителем домашнего очага. Парадоксально для нас, но логично для юродивого: не имея крова, молиться за дома устюжан, простившись с профессией моряка и торговца, быть их покровителем. Важно также отметить число «три». Есть предположение, что Прокопий носил одну кочергу, а иконописец на одной из икон устюжского происхождения, дабы усилить описываемую в житии метафору, пишет три кочерги. Но можно распределить три направляющих, связав каждую из кочерг с защитой дома, посевов и плавающих путешественников.

Топор Лаврентия Калужского. В христианской иконографии топор – символ мученичества. Но в руках Лаврентия Калужского прочитывается двояко: и как защита г. Калуги от агарян в 1515 г. и как добровольное подвижничество в статусе нищего прихожанина, чьим именем назван будущий монастырь. В этой связи топор

Лаврентия можно рассматривать как главный инструмент в эпоху деревянного строительства.

Ведро и удочка праведного Симеона Верхотурского. Его иконография индивидуальна: армяк, лапти, онучи, – облик крестьянина. К типичным юродивым его отнести нельзя, но по основной позиции уничижения и смирения Симеон Верхотурский сходен с юродивыми во Христе, представляя тип «социального прощения». На Урале в XVII в. был распространен труд холостых крестьян, свободных от барщины, и Симеон Верхотурский кормился ловлей рыбы (атрибуты удочка и ведро). Однако, удочка и ведро могут быть трактованы как герменевтические символы. В христианском искусстве узда и удила сопровождают аллегория Умеренности, именно это качество присуще юродивым. Тонкая веревка удочки может казаться нитью, связывающей мир реальный с миром загробным. Извивающаяся рыба, пойманная на леску, может выражать изменчивые чувства интриги и зависти, исходящие от окружения, в котором находился будущий святой при жизни. Его нестандартное поведение служило поводом для злых разговоров среди односельчан. Понимание истины поступков, совершаемых названными подвижниками во имя Христа, приходило не сразу, поэтому при жизни Прокопий Устюжский, Лаврентий Калужский и Симеон Верхотурский, как и все остальные юродивые, терпели унижение и оскорбление. Атрибуты блаженных служили будущим святым дополнительным средством насмешек, а после их канонизации стали ярким свидетельством веры и стойкости духа, молитвенной защиты перед лицом Бога всех верующих, а в изобразительном искусстве вещественным знаком-символом, ведущим зрителя к глубинному пониманию художественного образа.

Т.В. Шелепанова

КОММУНИКАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ПОСТНЕКЛАССИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОГО ЗНАНИЯ

Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения

В социально-гуманитарных науках принято выделять три парадигмы, три формы рациональности, сменяющих друг друга, но сохраняющих определенную преемственность: классическую, неклассическую, постнеклассическую. Классический этап развития науки обычно рассматривают как ограниченный временными рамками с XVIII до начала XX века. Стремление следовать принципам и методам естественных наук в изучении общества, духовной жизни человечества породило установку классической науки на постижение инвариантных, устойчивых законов, поиски жестких причинно-следственных связей в социокультурной сфере. В теории коммуникации подобный подход наиболее явно проявился в информационной трактовке, акцентировавшем внимание на линейном

однонаправленном характере коммуникации, как процессе передачи информации от источника к реципиенту. В настоящее время классическая парадигма доказала свою продуктивность в изучении коммуникативных практик, связанных с воздействием на аудиторию - деятельности СМИ, властных и политических структур.

Неклассическая парадигма, оформилась в социально-гуманитарном знании в начале XX века. В культуре и науке возникает ценность Другого, ценность диалога. Признается влияние на истинность знания субъективных факторов, подчеркивается зависимость познавательных актов от практических жизненных контекстов - наблюдения интерпретации, экспериментальных установок. Коммуникация в ракурсе неклассической парадигмы стала рассматриваться как результат взаимодействия субъектов, как интерсубъективность, в ходе которой рождаются общие смыслы и значения, особая общность между познающими субъектами. К неклассическому типу коммуникации можно отнести такие подходы, как феноменологический, рассматривающий коммуникацию как условие понимания другого и возможность самоидентификации; семиотический, трактующий коммуникацию как процесс совместной междисциплинарной выработки знаков и значений, экзистенциальный, открывающий подлинное существование человека (экзистенцию) в коммуникации.

Постнеклассическая парадигма социально-гуманитарного знания сложилась в 80-е годы XX века как рефлексия новой онтологии информационного общества и постмодерна, которая характеризуется такими качественными трансформациями, как рост культурного многообразия и неопределенности развития, изменение поведенческих норм и способов социальной идентичности. Культура постмодерна поставила под сомнение монополию рационального и право субъекта контролировать мир по его усмотрению. На смену централизованному вертикальному управлению приходят сложные практики ризомной коммуникации в различных сферах деятельности. Постнеклассическая наука базируется на принципах плюрализма и релятивизма, на смену поискам абсолютной истины приходит равенство различных точек зрения, практика конструирования не только основных научных понятий, но и самих исследуемых объектов. К постнеклассической парадигме можно отнести и синергетическую интерпретацию коммуникации как процесса спонтанно самоорганизующихся коммуникативных систем, создание целостности на основе когерентности поведения и дискурсов участников коммуникации.

Особое внимание в постклассике уделяется таким формам коммуникации как дискурс и нарратив - вербальным коммуникативным практикам, складывающимся «здесь и теперь», ситуативным, а поэтому уникальным. При изучении ситуативных дискурсивных конфигураций выявляется сетевой характер связей в современном обществе. Сетевая модель коммуникации не допускает какой-либо иерархии в отношении между субъектами. Она обращается к горизонтальной динамике взаимодействия между равноправными партнерами, коммуникации которых ускоряются, становятся мобильными и гибкими, лишаются локальной привязанности и становятся экстерриториальными. Формируются новые типы коммуникаций -

информационно-сетевые коммуникации, образуются виртуальные сообщества и новые социальные институты глобальных коммуникаций. В составе и содержании научного знания увеличивается удельный вес технической и технологической составляющих, что радикально трансформирует сам образ науки, превращая ее в сложную совокупность коммуникативных практик разного рода и ранга.

Наиболее последовательно постнеклассическая версия трактовки коммуникации представлена в теории коммуникативного действия Н. Лумана, характеризующего общество как аутопоэтическую систему коммуникаций, способную осуществлять самописание и самонаблюдение.

Ю. Хабермас предложил модель коммуникативной рациональности, эмансипированной от социального принуждения, эксплуатации и насилия. По мнению ученого, именно рациональные коммуникативные действия способствуют осмыслению человеком собственной позиции, собственного мнения с учетом его взаимодействия с мнениями других, открывая простор для осуществления взаимопонимания.

Таким образом, коммуникативный аспект анализа раскрывает природу коммуникации как универсального социокультурного явления, выражающего сущность человека, характер его взаимодействия с другими людьми. В рамках коммуникативных практик, складывающихся в целостную систему различных межличностных, массовых, формальных информационно-сетевых и виртуальных связей и отношений, происходит отбор и обсуждение реально действующих норм и ценностей как в обществе, так и в науке, а также выработка новых, отражающих в конечном счете те изменения, которые происходят в современном информационном обществе и культуре в целом.

Рафал Р. Циесельски (Rafał R. Ciesielski)

**КОММУНИКАЦИЯ И МУЗЫКАЛЬНАЯ КРИТИКА. МОРИС РАВЕЛЬ В
ПОЛЬСКОЙ КРИТИКЕ 1918—1939 ГОДОВ. ЧАСТЬ ПЕРВАЯ.**

**COMMUNICATION AND MUSIC CRITICISM. MAURICE RAVEL IN POLISH
CRITICISM 1918—1939. PART ONE**

Rzeczpospolita Polska, miasto Zielona Góra, Uniwersytet Zielonogórski

Продолжая тему, начатую в Трудах предыдущей петербургской конференции, автор рассматривает коммуникативный аспект музыкальной критики и под углом зрения высказанных положений – отражение творчества Мориса Равеля в польской музыкальной критике 1918—1939 годов. Музыкальная критика не есть сфера самостоятельная – ни в идеальном смысле, ни в практическом. Такая критика в особенной мере зависит от *философско-эстетического контекста*.

Музыкальная критика – поле конфронтации различных музыкально-эстетических положений: и тех, что принадлежат теоретическим системам, и исходящих из практики композиторов, и порождаемых самой критикой, реагирующей на явления текущей музыкальной жизни...

Публикуемый в настоящем издании текст – представляет собой первую часть задуманного панорамного исследования.

Regaining independence by Poland in 1918 proved a landmark not only in politics or economics, but also in culture. In this period of intense development of music production and rich musical life, music criticism assumed a prominent role. It was a stable constituent of the contemporary music culture – an institution of social life. Critics followed the events of the day thoroughly and explored more general issues concerning, for example, the essence of changes in the contemporary music, or the relation between Polish and European music. While assessing the situation of music at that time three traditions were of particular importance: German, Russian and French. The last one, in particular, became a point of reference, since it was France where the significant changes in music language were occurring and where the preferences of young Polish composers lay (cf. the corresponding article [1] by the author).

This, in turn, encouraged critics to comment more broadly on this area of European music culture (cf. the scientific monograph [2, s. 398—436]). Probing the French music idiom, however, did not come easy, as Felicjan Szopski pointed out: “The problem is our inherent Slavic element, which is totally different; and then there is the German culture, which left its mark on our terms” (cit. from [3]). The criticism approach to French music was further influenced by polarization into conservatively- and liberally-oriented music criticism.

§ 1. As far as the liberal school was concerned, one of the most fundamental sources of pro-French beliefs was Karol Szymanowski’s thought¹.

His attitude to the French music was an element of the way he perceived a general situation of the contemporary music and changes occurring within it.

He claimed that France was the first among Western countries to react to the stylistic hegemony of the German music. In this context he often pointed to Debussy’s achievements, who Karol Szymanowski regarded as “a significant expression of never-fading *genie latin*”². “Russian composers on the one hand, and Debussy and Ravel on the other, created new, formal music values, showed new paths” – wrote the author about the current situation (see [6]). For Karol Szymanowski, the French music was a projection of new aesthetics, a chance to refresh compositions entangled in German metaphysics: the Russian and French works “⟨...⟩ came to life as a completely conscious protest against German music, as the absolute imperative of finding new musical foundation, so it could be based on completely new rules” (it’s cited according to the article [5]). This bias towards the French music resulted from the belief about the necessity to refer (as far as the arts were concerned) to universal values and the contemporary music language, and at that time they could only come from the French culture, which was created by “vast intelligence, objectiveness and justice in assessing all cultural values regardless of their origin” [7, s. 163—167].

Konstanty Regamey spoke of an epoch-making stylistic breakthrough when referring to French music, which, in his opinion, was “a stage of general musical development”; brought forward new proposals that led to a new aesthetic paradigm in the entire European music tradition. Regamey claimed that the national character of French music was based on introducing “fundamental reform of the general notion of musical form” (cited in accordance with Ref. [8]). He considered many composers to be the source of changes: in Franck he noticed “⟨...⟩ a kind of objectiveness and coldness, ⟨...⟩ towards emotional outbreaks of the *style depouille* typical of the contemporary French school”; in the authors of *Schola Cantorum* (A. Guilmant C. Bordes, V. d’Indy) “reference to the dispassion and formal excellence of former French maestros: Rameau and Couperin”; in Faure “the same exquisite coldness and moderation that is increasingly becoming a dominant feature of French music” (Ref. [8]); finally, in Saint-Saëns “careful and elegant musical working” that “anticipates the famous cult of «craftsmanship», *métier*, promoted by Ravel and his successors” (see [9]). Critics believed that the situation in French music was, on the one hand, a reaction to German stylistics, and on the other, resulted from the reference to idiomatic properties expressed perfectly already in the French music tradition. At the turn of the XIXth and XXth centuries it was Impressionism that became representative of this tradition and provided an appropriate context for music criticism to capture the creative attitude of Maurice Ravel.

§ 2. Tracing the origins of Impressionism was central to the way it was perceived. As far as the criticism was concerned, there emerged two stances that addressed this issue:

- treating Impressionist music as an analogy with Impression. painting;
- pointing solely to its music roots.

The ones who opted for the former included, among others, Mateusz Gliński (the reader can see [10]) and Konstanty Regamey, for whom Impressionist painting had opened a new chapter in both French music and the entire European culture. Mich. Kondracki represented a different stance – he considered Berlioz and later Wagner, with his “subtle chromatics”, melody-replacing mood, instrumentation and transformation of Berlioz’s *idée fixe* into *Leitmotiv*, to be the first music Impressionists. But the artist regarded by Kondracki as an actual creator and representative of Impressionism was Debussy, whose stylistics affected almost every composer of his time including, among others, Ravel and Dukas (see article [11]). By placing it within the field of heteronomism, critics associated Impressionism either with a modified programmatic tradition of Romanticism (Regamey, Kondracki), or with programmatic nature as a feature typical of French music, as it had been present in it since the XVIth century (Stef. Łobaczewska). Despite transformations in the music language, this feature was preserved as one of the fundamental aesthetic ideas of French music. In this way, Impressionism could trace back its origins to French music.

How did the critics perceive the essence of Impressionism? Konstanty Regamey claimed that Impressionists are interested in “a momentary, direct Impression ⟨...⟩, and it is the Impression that they transpose to sounds” (it is cited from Reference [12]). This end, in his opinion, resulted in using peculiar forms of music expression that were quite different from the ones used previously. And it was here, on the ground of pure music matter, in the

ways it was ordered, that a crucial turnaround had occurred. Konst. Regamey believed that, initially, Debussy and Ravel had created a style that was an introductory phase of Impressionism (“*Ur-Impressionismus*”). Only later they both began to develop the same general assumptions of the movement (opposition to German Symbolism, turn toward sound) in their individual way (see the article – Reference [13]). Konstanty Regamey thought that because Impressionism was about an unreflective and unemotional atmosphere, where direct impression boils down to sensory experiences, music must affect hearing in a direct way. Therefore, the sound factor comes to the fore. Its superiority and overemphasis led to it becoming usual³, which in turn restricted the use of other factors in the composing process (polyphony, form, melodic continuity, symmetry, thematic logic). As a consequence “the entire music was reduced to refined coloristic effects (which), at first, tease the jaded nerves nicely; but as with all sensual stimuli, the reaction fades after some time and weariness moves in. This is when you feel the emptiness of this music” – wrote Konstanty Regamey. This dominance of coloristic tendencies causes the emphasis to be put particularly on harmony – and this is where Impressionists discover a new world. However, consonances lack the dynamic moment, “they are static color stains, put one next to another” – this led to amorphism and deprived thematicity of harmonic basis. Coloristic searches also influenced the development of orchestral techniques and – contrary to Strauss overload – “the unusual subtlety and clarity of sound”⁴. Konst. Regamey defined Impressionism as a bundle of features: over-refinement, avoidance of great dynamic flamboyance and powerful sounds, amorphism, coloristic wit [12], „landscapism and picturesqueness in thematicity”, “enrichment and refinement of instrumentation” (see [14]).

Another issue addressed by the critics was an affective element present in Impressionism. Regamey registered the shift in emphasis from this emotional content towards moodiness, that is the reaction coming directly from physiological influence of sounds: “in place of music of emotion, we get music of senses” (cit. according to review by Konstanty Regamey [8]). Having adopted a different stance, Leon Popławski deprived Impressionism of affectivity. By stating that “the essence of music lies in a melody as a projection of emotional life”, he claimed that Impressionism rejected music in this particular sense, for it was “mind, not emotion, that provided the creative spark”⁵. Therefore, he accused Impressionist invention of “being characterized by anemia common for music Impressionists,” adding that “its paleness and blandness of themes make it impossible for Impressionism to cope with the symphonic forms”. In place of traditionally comprehended melody – as a theme – the author noticed a mere presence of “minute motifs that are being artistically tinkered with” (it’s cited from the monograph [16, str. 145—146]). At the same time, the lack of melody proved the lack of emotional inspiration, whereas depriving creation of affectivity lowered the status of this music. Consequently, despite acknowledging the increase in means of expression and “liberation from the restraints of artificial logic of form,” Leon Popławski considered Impressionism a closed chapter. This opinion was expressed on the basis of explicitly Romantic aesthetic premises: primacy of melody (as the essence of music) and relying on emotions to fill it with content. Lack of these elements disqualified Impressionism as an artistic idea, and the weakness of this

movement was confirmed by its ephemeral character and “passing away without deeper impression”.

Michał Kondracki did find emotional qualities in Impressionism. He claimed that “Impressionist music ⟨...⟩ has so much warmth and affection ⟨...⟩ that many a listener will find in [it] ⟨...⟩ more passion of inspiration, that is emotion, than in many works of Romantic gushiness” (cited accord. to [11]). In fact, Kondracki, treating affection as a valorizing factor, shared the same pre-Impressionist aesthetic ideas as L. Popławski. They both believed in the universality of emotion as a creative impulse. The difference was that – contrary to Leon Popławski – Michał Kondracki found in Impressionists an emotional element that was other than melody (in the coloristic medium). Paradox of this situation stemmed from the fact that Michał Kondracki treasured Impressionism for those values which the movement distanced itself from, whereas Leon Popławski questioned Impressionism for the lack of elements that were ideologically alien to it. Critics’ deliberations about Impressionism stretched between two extremes: auto- or heterogenesis, presence or absence of affectivity, sound or structural emphasis. The critics believed that the prevalence of sound sometimes made Impressionism become aesthetically one-dimensional which undermined its formal fundament. However, this tendency was curbed, in critics’ opinion, already in Debussy. Michał Kondracki was the one to point to the classical-making elements (in “Quartet” and “Hommage a Rameau”, as well as in “Le martyre de Saint Sébastien”). He thought that this turnaround “brought Debussy closer to the classical epoch ⟨...⟩ moving him away from Romanticism” (it’s cited according to the article – Ref. [17]). Regamey also registered the decrease in the Impressionist flaws, for Debussy put some works (“Suite Bergamasque”, sonatas, “Études”, the suite “En blanc et noir”) into frames of rigid structures which proved his perfect sense of form. This was the way to follow the calls issued by “Schola Cantorum” for the return to Rameau and Couperin with their formal mastery. According to the critics, Debussy did not manage to settle this issue; it was addressed by Maurice Ravel, though.

§ 3. Saving for Debussy’s achievements, Maurice Ravel’s artistic work was the most closely examined area of French music.

For the critics, Ravel was a contemporary composer *sensu stricto*. His music was present in the concert repertoire and it was him who – after Debussy’s demise – became the most important representative of the French music tradition. The most important feature that the critics distinguished in Maurice Ravel’s work stylistic included attention to the shape of sound (color) of a given work – a feat achieved owing to the mastery of the technique of instrumentation. This colorfulness was addressed even by conservative critics, who questioned other elements of his style or the entire Maurice Ravel’s idiom.

NOTES

1. Henryk Opieński had already pointed to French music as an area of new phenomena: “France reveals the types of modern tendencies that are much more interesting (than German ones. – *Note by Rafał R. Ciesielski*)” (it is cited in accordance with the article – see Reference [4]).

2. Karol Szymanowski wrote that Debussy “had emphatically opened the windows of an oppressive and stifling concert hall onto some charming gardens, endless horizons of mountains, seas and skies. How far

this «return to nature», this pantheistic penetration of nature's essence lies from R. Strauss's brutal naturalism" (it is cited in accordance with the article – see Reference [5]).

3. For “⟨...⟩ all these Impressionists” features were taken – partially by Debussy, partially by his imitators – to the point of mannerism and affectation; this is where all the flawed assumptions of this aesthetical movement surfaced”.

4. Konstancy Regamey pointed to the midpoint of Debussy's artistic career (“Estampes”, “Images”, “Preludes”, “Iberia”, “Nocturnes”, “Peleas and Melizanda”) as being “genuinely typical of Impressionism”.

5. Piotr Rytel pointed to the broader context of the opposition between emotion and reason – to the fact that they had been reversed in the artistic culture: “nowadays it is easier for us to comprehend than to feel. It used to be exactly the other way round” (see the article – Reference [15]).

L I T E R A T U R E

1. CIESIELSKI, R. Kompozytorskie pokolenie “debiut 1930” wobec muzyki francuskiej: [Artikuł].
2. CIESIELSKI, R. *Refleksja estetyczna w polskiej krytyce muzycznej Dwudziestolecia międzywojennego: [Monografia naukowa krytyczna muzyczna]*. Poznań, 2005. Strony 398—436.
3. SZOPSKI, F. [Artikuł krytyczn. muzyczn.]. *Kurier Warszawski*. Warszawa, 1932. 12.III.
4. OPIEŃSKI, H. Przyszłe drogi twórczości muzycznej. *Tygodnik Ilustrowany*. 1919. Numer 45–46.
5. SZYMANOWSKI, K. My splendid isolation: [Artikuł muzyczn.]. *Kurier Polski*. 1922 Numer 324.
6. SZYMANOWSKI, K. Karol Szymanowski o muzyce współczesnej: [Artikuł krytyczn. muzyczn.]. *Kurier Polski*. 1922 Numer 310.
7. SZYMANOWSKI, K. Odpowiedź P. Adamowi Wieniawskiemu. W książce: *Pisma. Tom pierwszy: Pisma muzyczne: [Wydanie naukowe]*. Redaktor K. Michałowski. Kraków, 1984. Strony 163—167.
8. REGAMEY, K. Współczesna muzyka francuska. *Miesięcznik Literatury i Sztuki*. 1935. Numer 2.
9. REGAMEY, K. Tydzień koncertowy: [Artikuł krytycz. muzycz.]. *Prosto z Mostu*. 1938. Numer 14.
10. GLIŃSKI, M. Peleas i Melizanda Maeterlincka-Debussy'ego. *Muzyka*. 1928. Numer 4—5.
11. KONDRACKI, M. [Jan Koral]. Na marginesie nowej muzyki: [Artikuł krytyczn. muzyczn.]. *Wiadomości Muzyczne*. 1925. Numer 5—6.
12. REGAMEY, K. Muzyka współczesna (dokończenie): [Artikuł krytyczn. muzyczn.]. *Miesięcznik Literatury i Sztuki*. 1935. Numer 6.
13. REGAMEY, K. Z ruchu muzycznego w Polsce: [Artikuł]. *Muzyka Polska*. 1938. Numer 18.
14. REGAMEY, K. Maurycy Ravel: [Artikuł krytyczn. muzyczn.]. *Muzyka Polska*. 1938. Numer 1.
15. RYTEL, P. [W. Narusz]. Muzyka: [Artikuł krytyczn. muzyczn.]. *Myśl Narodowa*. 1937. Numer 1.
16. POPLAWSKI, L. *Torami nowej muzyki*. Lwów / Warszawa, 1924. Strony 145—146.
17. KONDRACKI, M. Cechy i elementy twórczości Maurycyego Ravela na tle współczesnej epoki: [Artikuł krytyczn. muzyczn.]. *Wiadomości Muzyczne*. Numer 1.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫЕ СЕТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА – НАУКА И КУЛЬТУРА

М.Вас. Иванов

НАУКА И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОБЩЕСТВА

Санкт-Петербургский государственный университет путей сообщения

Исследование поддерживается грантом РГНФ №10-06-00429а

Следует сразу же признать: во-первых, наука не обладает всезнанием, а потому не может абсолютно безошибочно предугадать плоды своих поисков; и, во-вторых, она потому и развивается, что постулирует возможность ошибок в наличном знании и верит в свою способность их преодолевать. Так что издержки науки заложены в ее природе.

В таком случае науке требуется рефлексия для ограничения негативного варианта своей деятельности. И искать источник совершенствования следует в поиске внутринаучных критериев этики, ориентирующих ученых на поддержку гуманистических начал своего труда в диалоге с познавательными системами общества. Следует более глубоко проанализировать статус науки в сфере интеллектуальной деятельности, проявляющейся в культуре в целом.

Долгое время идеалом научного знания считалась некая информация, которая как бы парила над человеком, была независима от него, хотя и доступна его уму что прежде всего доказывалось существованием вневременных математических истин. Но в позитивизме критичность привела к сужению области научного знания и к вере в выводимость достоверных утверждений из «точно» фиксированных наблюдений.

Принципиально изменилось положение в методологии науки с обоснованием категории парадигмы Томасом Куном. Он в научных революциях увидел смену «научных гештальтов», что означало признание важности неявного знания, которое присуще научному сообществу, т.е. реальной группе ученых, работающей над конкретной проблематикой.

Совокупность научных постулатов, идей, установок, методов доказательства и прочих аспектов парадигмы уже не парила над учеными, а была неотделима от

человеческого сообщества ученых. Правда, парадигма у Куна оставалась принадлежностью только профессионалов. Всегда есть риск злоупотребления специальным знанием в угоду корыстным интересам интеллектуалов, обслуживающих фанатичных политиков. И XX век в полной мере продемонстрировал такое злоупотребление в диктаторском построении «научно обоснованного» общества.

Стало ясно, что злоупотребление разумом возможно, когда все человеческие установления, нормы, институты и процессы трактуются как ему непосредственно подвластные, им изобретенные или установленные на договорной основе, а потому и легко изменяемые на «рациональной основе». Этому феномену лауреат Нобелевской премии Фридрих Хайек посвятил целую книгу с красноречивым названием «Контрреволюция в науке» и привел в пример такие далекие от установлений «разума» явления человеческого существования, как язык, экономика и мораль. Все попытки создать их заново на «прогрессивной» и «рациональной» основе неизбежно проваливались. И Хайек дает этому вполне ясное обоснование: язык, мораль и экономика эффективно функционируют только при использовании интеллектуального ресурса ВСЕХ участников взаимодействия.

Включение в совместную деятельность большого количества независимых, полноправных, суверенных единиц-личностей позволяет организовывать взаимодействие через регулирование многочисленных социальных микроконфликтов. Это замечательная творческая работа миллионов интеллектов и рук. Это информационно насыщенная сфера социального познания и социальной саморегуляции. Здесь реализуется свобода каждой личности.

В своей Нобелевской лекции в 1974 году Хайек с тревогой говорил о «фатальном стремлении человека управлять обществом – стремлении, которое делает его не только тираном, но может сделать и разрушителем цивилизации, созданной не индивидуальным разумом, а свободными усилиями миллионов индивидуумов» [1].

Нарушением научной этики должно считать «натягивание одеяла на себя», когда представители одной науки приписывают себе монопольное право заниматься проблемами, для решения которых не обладают должными возможностями.

Прискорбный пример представляет работа отечественных историков, изучавших XX век. Они выступили скорее как каста, которая охраняет от нации информацию о прошлом, чем помощниками граждан в его объективном постижении. Медленное и ограниченное раскрытие архивных тайн обеспечивало безнадежную, но упорную работу по приспособлению новых данных к сталинскому мифу о советской истории даже тогда, когда его ущербность бросалась в глаза любому мыслящему человеку. Особенно печально говорить о событиях 1939-1945 годов. Защищая дозированность исторической информации, остепененные чиновники военно-исторической науки до сих пор утверждают, что «история – наука политическая» и «необходимо всегда помнить об интересах государства и заботиться о здравомыслии поколений, вступающих в жизнь» [2]. Фактически утверждается, что национальная история предстает как продукт размышлений избранных и привилегированных служащих и в

полном объеме составляет государственную тайну. Такая этическая позиция опирается на методологический принцип разделения исторического знания на компетентно-научное и обыденно-репродуктивное, причем первое оплодотворяет и порождает второе, исправляя ошибки индивидуального и группового опыта и отсекая любое вмешательство со стороны смежных наук. В результате официальная история Великой отечественной войны не соответствует большинству критериев научного исследования и не отвечает на большинство вопросов, которые возникают в головах наших соотечественников. Мы до сих пор не знаем количества погибших на войне (уж не говоря об их поименном перечислении), военных планов нашей армии перед началом войны, расположения войск 22 июня 1941 года и многого другого. Примечательно высказывание военного историка, который являлся специалистом по петровской эпохе и потому не был плотно окутан догмами истории КПСС, - генерала Павленко, оценившего вклад в науку 12-томной «Истории Второй мировой войны» (М., 1973-1982): «Остается сожалеть, о том, что время потеряно, многие участники и свидетели ушли от нас, и самые существенные проблемы начального периода войны приходится изучать, по сути, заново» [3]. И с 1988 года положение не улучшилось. Как пишет И.В. Павлова, «историкам демократического направления не удалось оттеснить или сколько-нибудь заметно потеснить историков прокоммунистического направления. Последние, сохранив свои позиции в институциональной системе постсоветской науки, перешли к реваншу, который собственно научного значения не имеет» [4]. А вот моральные издержки налицо: до сих пор не определена мера страдания и потеря нашего общества, а потому и не установлена степень нравственной и политической ответственности сталинского режима. И абстрактными лозунгами о массовом героизме прикрывают некомпетентность власти и бесчеловечность ее отношения к людям.

К счастью, догматическое представление о науке как о постоянно наполняющихся амбарах знаний уступает место пониманию, что она скорее является совокупностью исследовательских программ [5], которые не находятся в полной зависимости от ключника того или иного амбара. Заблачивание в одной области знания компенсируется бьющими источниками в другой. Именно поэтому наука демократична и нравственна по своей природе.

Литература:

1. Хайек Ф.А. Познание, конкуренция и свобода. СПб., 1999. С. 268
2. Мягков М.Ю. Предвоенные оперативные планы СССР (заседание Ассоциации историков Второй мировой войны)// Война и политика, 1939-1941. М., 1999, С. 493
3. Павленко Н. На первом этапе войны // Страницы истории КПСС. Факты. Проблемы. Уроки. М., 1988. С. 470
4. Павлова И.В. Поиски правды о кануне Второй мировой войны //Правда Виктора Суворова. М., 2007. С. 274
5. Как писал И. Лакатос, «зрелая наука состоит из исследовательских программ, которыми не только предсказываются ранее неизвестные факты, но...предвосхищаются вспомогательные теории; зрелая наука, в отличие от скучной последовательности проб и ошибок, обладает «эвристической силой»».(Лакатос И. Фальсификация и методология Научно-исследовательских программ. М, 1995. С.150)

КОММУНИКАТИВНАЯ ПРИРОДА НАУКИ В «ОБЩЕСТВЕ ЗНАНИЯ»¹

Красноярск, ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет»

XXI век – прямой потомок тех веяний, которые были заложены эпохой постиндустриализма. Господство индустриализма трансформируется в производство услуг и информации, что породило новую расстановку сил в современном обществе, а соответственно и принципиально новые формы организационных структур. Постиндустриальное общество предстало перед человечеством как «общество знания». И логично предположить, что с изменением ценностных ориентаций современности (знание и информация как ценность) изменяется и характер функционирования общества в целом, и сферы производства знаний в частности. Вопрос о статусе научного знания и способах его порождения, подвергается тщательному осмыслению в этих новых условиях его бытия и соответственно приобретает новое звучание. Коммуникативность как один из неотъемлемых феноменов «общества знания» пронизывает все сферы человеческой деятельности, включая и науку. Научное знание вне коммуникативных практик не способно к существованию. Коммуникативная природа научно-познавательной деятельности по сути не является абсолютным новшеством «общества знания», она априори ей присуща с момента ее генезиса. Поэтому целесообразно говорить о специфике и роли коммуникационных процессов в производстве научного знания в современных социальных условиях. «По мере того, как мы приближаемся к концу двадцатого столетия, становится все более очевидным, что мы вступаем в информационную эру. Это означает не просто развитие существовавших равнее способов коммуникации, а вызывает к жизни новые *принципы* социальной и технологической организации» [1].

Традиционно коммуникация в науке рассматривалась как общение между учеными, в формальной и неформальной, опосредованной и непосредственной формах средство обмена научными достижениями, то есть коммуникация это способ движения научного знания. Второй немало важный аспект коммуникации в науке – это ее связь с проблемой социализации ученого. Субъект научной деятельности в момент начала занятия наукой, застаёт ее уже сложившейся, со своей системой традиций и ценностей, с превалирующими на данный момент алгоритмами научного поиска и способами решения задач (парадигмальное сознание). Коммуникация выступает как способ приобщения становящегося ученого к данной сложноорганизованной системе. Эти аспекты сегодня бесспорно присутствуют в рамках научной организации, но «общество знания» элиминирует их абсолютное значение, выдвигая на первый план несколько иную роль коммуникативных практик.

¹ Работа выполнена при поддержке грантов РГНФ 2012 № 12-03-00193а, проект «Когнитивно-информационный анализ общества знания»; № 12-03-14155г

Важным становится не момент распространения знания или приобщение к нему, а осмысление природы его порождения и роли в этом коммуникации. Так какую же роль играет знание в современном обществе? Обратимся к концепции посткапиталистического общества П. Дракера [2]. Его идея состоит в том, что прогресс человечества он связывает с трансформацией роли знания в обществе. В начале, знание – это всего лишь набор сведений, с помощью которых производились средства труда. На втором – индустриальном этапе – знание уже применяется для организации трудовой деятельности. А сегодня знание – это неотъемлемое условие производства. Первостепенная роль принадлежит не тому, кто владеет средствами производства, а тому, кто обладает знанием и информацией и умеет эффективно их использовать. Исходя из вышесказанного можно переинтерпретировать следующее высказывание, ставшее общеизвестным выражением современной народной мудрости: «Кто владеет информацией, тот владеет миром». Само знание о том или ином аспекте бытия не наделяет его обладателя властью, сегодня важнее применять это знание, а точнее управлять им. «Многознание не научает уму» - так говорил еще Гераклит примерно две с половиной тысячи лет назад.

Белл Д. еще ранее П. Дракера начал осмысливать грядущие перемены и связанные с этим трансформации сущности и функций социальных институтов. Он утверждал, что «главным ресурсом постиндустриального общества являются его научные кадры. Их распределение по секторам (промышленность, государство, университеты) и функциям (производство, исследования и преподавание) представляет собой основу любой продуманной политики в отношении использования ограниченных социальных ресурсов» [3]. Самоучки-изобретатели уступают место ученым-теоретикам. Ярким примером сегодня является увеличение наукоемких отраслей промышленности (электроника, компьютерные технологии). Налицо перформативность знания и информации. Так в чем же специфика роли научной коммуникации в порождении научного знания в «обществе знания».

«Человек с улицы» мог бы подумать, что автор излишне драматизирует проблему, ведь всем известно, что ученые говорят на строгом, однозначном языке терминов и апеллируют к обладающим принудительной силой опытно-экспериментальным данным. Откуда же возникают в познавательной деятельности разногласия и непонимание?» [4]. Ответ на поставленный вопрос не такой уж и однозначный. Можно сколько угодно апеллировать к субъективной природе ученого, к неполноте наших знаний, неоднозначности данных, полученных разными методиками, но это нас даже близко не подводит к ответу на поставленный вопрос. Следует обозначить, что мы планируем искать ответ, находясь в инерциальной системе «общество знания», то есть исходя из того мировосприятия, которое сложилось сейчас, но при этом не элиминируя прошлые достижения философской мысли.

Философское выражение мировоззрения «общества знания» нашло в трудах постмодернистов. Нет необходимости детально останавливаться на перечислении основных положений постмодерна. Возьмем за основу несколько тезисов:

- всякое объяснение происходящих событий – это всего лишь версия этих событий;
- в обществе формируются дискурсы, которые выполняют функцию истины;
- истина всего лишь правдоподобная версия; истины как таковой нет;
- усваивание той или иной версии связано с механизмом манипуляции (средства массовой коммуникации);
- язык – это единственно возможная реальность, в которой существует человек;
- товарность информации и знания, а, следовательно, повышение их перформативности.

Для нашего обоснования еще необходимо привлечь идею особого типа сознания, которое формируется в обществе. Ставшая уже классической формула, что «общественное бытие порождает общественное сознание», в условиях общества знания находит свое подтверждение, например, в концепции профессора У. Дж. Мартина [5]. Он наряду с другими критериями информационного общества (технологический, экономический, политический, культурный), выделяет социальный, подразумевающий, что информация выступает в качестве важного стимулятора изменения качества жизни, *формируется и утверждается «информационное сознание»* при широком доступе к информации.

Попробуем экстраполировать все вышеизложенное на научно-познавательную деятельность.

Кто такой ученый? Это субъект научной деятельности, «заложник» одновременного воздействия нескольких сил: во-первых, он продукт той культуры, в которой он функционирует (в нашем случае – он продукт общества знания). Во-вторых, он член научного сообщества, находящегося под действием определенной научной парадигмы (например, синергетической). В-третьих, он субъект научной рациональности, то есть лицо, идентифицирующее себя именно с научной деятельностью, критериями которой являются объективность, истинность, доказательность, системность и др. и вполне отличающее свой труд от, например, художественного или религиозного. Первая и вторая ипостась говорят о вариативности научной деятельности, а третья по сравнению с первыми – инвариантна. Но это всего лишь результат безликого схематизма. Реальность науки такова, что все эти три ипостаси слиты воедино и именно их сочетание определяет стиль научного мышления той или иной эпохи.

Ученый – член научного сообщества, живущий и работающий в конце XX – начале XXI века, бессознательно становится носителем «информационного сознания», которое частично определяет характер его деятельности. Он впитывает идею несоизмеримости научных теорий. Они для него как разные версии, интерпретирующие одно событие. Но ученому проблематично одновременно быть сторонником двух разных теорий и он приобщается к какой-то одной, становясь тем самым участником определенного дискурса, претендующего на истинность. Вера в истинность именно своего дискурса усугубляется инкорпорированностью исследователя в систему иерархических связей, которыми пронизаны все виды

человеческой деятельности, в том числе и наука. Властные отношения внутри научно-познавательной деятельности строятся не только на личном авторитете и вкладе в науку, но и на приближенности к информационным ресурсам. Поэтому манипуляция сознанием ученого вполне возможна не только со стороны внешних по отношению к науке сил (экономический, политический фактор, СМК), но и со стороны его же коллег – членов научного сообщества. Таким образом, ученый, исследующий тот или иной фрагмент действительности, становится заложником информационных игр, создает образ (информацию - знание) действительности, правдоподобный только в его инерциальной системе. К тому же этот образ всегда выражен в языковой форме. Вспоминая теорию языковых игр Л. Витгенштейна [6], согласно которой употребление и значение слов детерминировано теми правилами – нормами и стандартами той социокультурной деятельности, выражением которой является данный язык. На основании этого приходится признать, что в зависимости от того участником какой языковой игры (приверженность определенному дискурсу) является ученый, такой языковой образ и будет им продуцирован.

Если остановиться в нашем размышлении только на этом, то вполне может сформироваться представление об отсутствии всякой объективности научного знания. Но не нужно забывать, что ученый – это еще и носитель научной рациональности, которая диктует ему стремление к объективности, истинности и обоснованности. Научная рациональность она как бы надстраивается над конкретным научным исследованием и не позволяет ученому выйти за ее рамки.

Но что тогда производит ученый? Какое знание он порождает? Только версию, мнение? В обыденном познании так оно и было бы, но наука, со своей надстраиваемой рациональностью, заставляет ученого искать поддержки своих идей у членов научного сообщества. «Знания – результат коллективного осмысления суммарного опыта различных людей» [7]. Вот здесь и проявляется созидательное начало научной коммуникации. Квинтэссенцией коммуникации является взаимопонимание, достижение консенсуса, так как в противном случае мы имеем дело только с информационным потоком данных, а не с коммуникацией. Анализируя все многообразие определений коммуникации, мы склонны ее трактовать как процесс единения субъекта и «другого», выраженного в знаковой форме и при наличии общего языкового кода предполагающего непосредственное «чистое» понимание (подробнее см [8, 9]).

Отталкиваясь от концепции коммуникации как ряда трансформаций в движении к обще(значимому), предложенной И. Клюкановым в работе «Коммуникативный универсум» [10], апеллируя к теории дискурсивной этики [11] и учитывая, что речь идет об обществе знания получаем следующее: коммуникация внутри научного сообщества выступает тем необходимым условием примирения версионности разных внутринаучных дискурсов, она способствует достижению состояния консенсуса как способа выдвижения и согласования интересов участников сообщества ученых. Таким образом, научное знание – есть процесс не столько преодоления «субъективного» в стремлении к объективности (такое возможно только в

абстракции), сколько момент единения «индивидуальных субъективных реальностей» как рождение «общей субъективной реальности». Коммуникация тем самым выступает как способ существования научного знания в условиях «общества знания».

Примечания:

1. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: образец социального прогнозирования / Д. Белл. – Режим доступа : <http://nashaucheba.ru/v23883/?download=file>.
2. Дракер, П. Посткапиталистическое общество / П. Дракер // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология. – М. : Academia, 1990. – С. 70 – 71.
3. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: образец социального прогнозирования / Д. Белл. – Режим доступа : <http://nashaucheba.ru/v23883/?download=file>.
4. Волков, А. В. Коммуникативная природа научно-познавательной деятельности / А. В. Волков // Философия и проблемы гуманитарного знания. – 2009. - № 1. - С. 8.
5. Мартин, У. Дж. Информационное общество (Реферат) / У. Дж. Мартин // Теория и практика общественно-научной информации. Ежеквартальник. - 1990. - № 3. - С. 115 - 123.
6. Витгенштейн, Л. Философские работы. Часть I / Л. Витгенштейн. - М. : Гнозис, 1994. – 612 с.
7. Гусев, С. С. Метафизика текста. Коммуникативная логика / С.С. Гусев.– СПб.: ИЦ «Гуманитарная Академия», 2008.– С. 286.
8. Уткина, М. М. Знание и коммуникация: к постановке проблемы характера их взаимоотношения / М. М. Уткина // Современное знание: гуманитарный дискурс: сборник статей / сост. В. И. Кудашов. – Красноярск : ПИК «Офсет», 2011. – С. 201 - 210.
9. Уткина, М. М. Коммуникативное сообщество: феномен порождения нового научного знания / М. М. Уткина // «Интеллектуальный потенциал Сибири для развития России: Философия – Наука – Образование». Сборник статей Второй Всероссийской научной конференции «Сибирский философский семинар». – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. – С. 36 – 39.
10. Клюканов, И. Э. Коммуникативный универсум / И.Э. Клюканов. – М. : РОССПЭН, 2010. – 256 с.
11. Апель, К.-О. Трансформация философии. / К.-О. Апель / пер. с нем. В. Куренной, Б. Скуратов. - М. : «Логос», 2001. - 344 с.

И.В. Тарасова

ФИЛОСОФСКИЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ КОГНИТИВНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Когнитивистика представляет собой проблемно-ориентированную область междисциплинарных исследований человеческого мышления, в которой коммуникативный аспект выражен в поиске базовой теории. Роль концептуального основания, объединяющего области нейрофизиологии, логики, лингвистики, антропологии, искусственного интеллекта, компьютерной технологии моделирования, играет когнитивная парадигма (М.Минский, [7]), согласно которой

все процессы в сложных динамических системах можно свести к информационным процессам и операциям с базовыми структурами наподобие знания, а все системы, обладающие прогнозирующим поведением – к когнитивным системам. Наиболее явно концептуальная основа когнитивистики выражена в компьютерной метафоре мозга и теории репрезентации [8].

Углубленное исследование когнитивных процессов на основе нейробиологических данных привело к конкретизации компьютерной метафоры в виде символической и коннекционистской (сетевой) моделей, по-разному раскрывающих информационные механизмы работы мозга. Когнитивные модели ментальной деятельности абстрагированы от подробностей физического строения и работы нейронов. Вопросы философского характера связаны с определением границ такой абстракции, с проблемой противоречия логической (алгоритмической) и эвристической техники моделирования рассуждения, с обнаружением ситуативной природы познания.

Анализ факторов получения адекватного смысла репрезентаций выявил новый коммуникативный аспект когнитивных исследований. В получившей наибольшее признание теории ментальных репрезентаций этот аспект раскрывается через представление об информационной причинности и языковые средства. Развиваемые в этом ключе телеологические теории предполагают, что некая сущность становится репрезентацией после того, как она была отобрана (путем эволюции или обучения) для выполнения функции хранения информации о какой-либо вещи в мире. Если репрезентация была предназначена для хранения информации о кошках, то она будет репрезентировать кошек, даже если в каком-то случае была вызвана собакой. В теории асимметричной зависимости Дж.Фодора [4] говорится, что языковое средство репрезентирует только одну из множества вещей, информацию о которых оно содержит – а именно, ту вещь, которая причинно ответственна за информацию о других вещах. Если символ содержит информацию о кошках и собаках, но второе по причине первого, а не наоборот, то символ репрезентирует кошек.

Другой подход акцентирует в качестве важного фактора определения смысла функциональную роль репрезентации в когнитивной системе, зависимость одной репрезентации от ее связей с другими репрезентациями и языковой традиции. Функциональные концепции подчеркивают смысловую связь репрезентаций в речевом акте, невозможность «атомарного содержания» (Д.Серль, [10]), подразумевающая некую базовую ценностную или целевую ориентацию. Смысловая связность, обеспечивающая трансляцию смысла и адекватность понимания, выступая одним из принципов герменевтики (Э.Бетти), требует введения в область когнитивистики контекстной парадигмы, акцентирующей онтологическую сторону смысловой связности ментальной деятельности и языка в ситуативном и культурно-историческом плане. Что отчасти противоречит традиционным для когнитивистики причинно-информационным «атомистическим» теориям репрезентации (коннекционистским и символическим). Видимая автономность языковых средств, культурных символов и смыслов позволяет определять содержание каждого

лингвистического средства репрезентации независимо от остальных. Таким образом, в классической теории репрезентации смысл может существовать отдельно, и содержание каждого средства репрезентации можно узнать отдельно [1].

По мере развития когнитивистики, в качестве репрезентативных структур стали рассматривать ментальные образы. В отличие от линейной однозначности предложений, за которыми стоит синтаксис языка, в образах и картинках репрезентируется пространственная схема объекта. В ходе нейро-визуальных исследований операций над мысленными образами объектов [5] был установлен факт, что люди могут сканировать, увеличивать и вращать свои мысленные репрезентации, так же как они делают это с реальными картинками. Поскольку картинок в мозгу нет, человеческое образное мышление объясняется механизмами, которые использует мозг для обработки сенсорной информации. В ментальных построениях, связанных со зрительным образом, мы используем нашу зрительную систему, управляемую не изображением на входе, а нисходящими процессами в мозге. Предположительно мозг оперирует масштабированными моделями, структурно изоморфными вещам, которые они репрезентируют (подобно операциям с моделью самолета в аэродинамической трубе). В этом случае образы и масштабированные модели автоматически отражают изменения отображаемой системы в средствах репрезентации, в отличие от лингвистических репрезентаций, которые требуют наличия синтаксических правил, однозначным образом указывающих, как нужно манипулировать репрезентациями, чтобы сохранить их смысловую связь с отображаемым объектом.

Обозначенная в этих исследованиях проблема емкости человеческого разума в отношении сенсорных репрезентаций выходит за пределы нейрофизиологии уже в целевой установке на обоснование теории о *понятийной емкости* человеческого разума [6]. Следствием этой установки выступило сомнение в том, что языковые репрезентации являются первичным инструментом мышления; скорее язык необходим как вторичный инструмент для индексирования и манипулирования имеющимися репрезентациями в определенном контексте и с определенной целью.

Традиционно когнитивистика заостряла внимание только на процессах, происходящих в голове познающих субъектов. В последнее время ученые стали заявлять, что тело и окружающая среда являются не просто входными данными для когнитивной системы, а играют основополагающую роль в познании. В отклике организма в реальном времени на феномены окружающей среды динамика когнитивных процессов во времени играет ключевую роль [9]. Что заставило когнитивистов обратиться к феноменологической философии Гуссерля, Хайдеггера, Мерло-Понти.

Единого мнения, какие представления о средствах репрезентации являются верными, пока нет. В то же время в когнитивистике появилось радикально противоположное движение, ставящее под сомнение саму идею репрезентации. Новые направления акцентируют внимание на слиянии мозга с остальным телом и со всем миром вообще [2]. Мозг рассматривается не как автономная система отображения реального мира, а как система, динамически соединенная с телом и

окружающей средой. Спорным остается вопрос, являются ли динамические и ситуативные модели действительно несовместными с концепцией ментальной системы, оперирующей репрезентациями. Некоторые из сторонников динамических и ситуативных моделей предлагают рассматривать мозг, тело и окружающую среду как протяженные когнитивные системы со своей репрезентативной средой [3].

Литература:

1. Bechtel, W. & Herschbach, M. (2010). Philosophy of the cognitive sciences. *Philosophy of the Sciences*, 237-261.
2. Clark, A. (1997). *Being there: Putting mind, body and world together again*. Cambridge, MA: MIT Press.
3. Clark, A. & Chalmers, D. (1998). The extended mind. *Analysis* 53, 10-23.
4. Fodor, J.A. (1987). *Psychosemantics: The problem of meaning in the philosophy of mind*. Cambridge, MA: MIT Press.
5. Kosslyn, S.M. (1994). *Image and brain: The resolution of the imagery debate*. Cambridge, MA: MIT Press.
6. Mandler, J.M. (2004). *The foundation of mind: Origins of conceptual thought*. Oxford: Oxford University Press.
7. Minsky, M. & Papert, S. (1969). *Perceptrons: An introduction to computational geometry*. Cambridge, MA: MIT Press.
8. Newell, A. & Simon, H.A. (1972). *Human problem solving*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
9. Port, R. & van Gelder, T. (1995). *It's about time*. Cambridge, MA: MIT Press.
10. Searle, J.R. (1980). Minds, brains, and programs. *Behavioral and Brain Sciences*, 3, 417-424.

Т.В. Бельская

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В НАУКЕ И ОБРАЗОВАНИИ

Украина, Харьковский региональный институт государственного управления НАГУ

Исторически сложилось на протяжении многих веков, что университеты были «хранителями информации». Хотя живое общение в аудитории по-прежнему является для студента лучшим способом повышения своего интеллекта, в информационную эпоху в университетах, как и во всём глобализированном обществе происходят технологические и культурные изменения.

Сегодня лекция остается доминирующей формой обучения в высшей школе и иногда может стать настоящим искусством, но активный опыт работы является более мощным, чем лекция. Стереотипные лекции, где преподаватель излагает материал для студентов, думаю, можно заменить онлайн-видео или интерактивным учебником. Студенты, при желании, могут найти курс через различные средства массовой информации, они могут скачать материалы с различных веб-сайтов и даже получить доступ к исследованиям преподавателя.

Веб-сайты и ноутбуки были вокруг в течение многих лет, но мы еще не полностью продумали, как интегрировать их в обучение, с тем чтобы представить курсы по-другому. «Мы хотим воспитывать лидеров, новаторов общества, поэтому давайте заставим наших студентов в действительности решать проблемы», – говорит Балканский профессор физики и прикладной физики Эрик Мазур [1, с.50]. Таким образом, нужно отметить, что складывается тенденция к интерактивному обучению, в котором студент выступает как исследователь проблемы, то есть мы можем говорить об интерактивной исследовательской коммуникации.

Интерактивность понимается как процесс взаимодействия, своеобразного обмена знаниями, мыслями, эмоциями. Определяющими характеристиками этого понятия есть не просто активное взаимодействие, это взаимодействие, осуществляемое совместно – энергично, подвижно, живо, действенно, вместе [2, с. 7-8]. Интерактивное обучение может свергнуть стиль преподавания, который существует в университетах в течение 600 лет со времен средневековых схоластов, когда, проводя лекцию преподаватель стоял посередине комнаты, читая книгу вслух, не допуская никаких вопросов [3]. Интерактивные исследовательские коммуникации, как группа форм интерактивного обучения, очевидно, могли бы значительно расширить активный познавательный процесс студентов, который позволит не только принимать к сведению новую информацию, но и сразу же применять ее.

Задача современных цифровых технологий, в частности, использование нового продукта Майкрософта Lync, – быть удобным инструментом для интерактивных исследовательских коммуникаций. Lync сводит на единую площадку все возможные интернет-коммуникации, предоставляет выбор способа общения – мгновенными сообщениями, аудио- видео- и веб-конференциями, а также голосовыми сообщениями. Благодаря применению интерактивных исследовательских технологий коммуникационный процесс он-лайн приобретает организованный характер, ориентированный на определенный результат, на формулировку конкретных выводов, на привлечение всех его участников к индивидуальному вкладу, обмену знаниями, идеями, способами деятельности. Интерактивные исследовательские коммуникации способствуют успешной социализации личности, осознанию себя частью коллектива, а также собственной роли в нем и оценке уровня своего потенциала. Они позволяют активизировать не только сознание, но и чувства, эмоции, волевые качества личности.

Таким образом, развитие интерактивных исследовательских коммуникаций позволяет решать сложные задачи, стоящие перед наукой в современных условиях глобализации общества.

Примечания:

1. Mazur Eric. Farewell, Lecture? / Eric Mazur // Science. – 2009. – № 323. – P. 50-51.
2. Пометун О. І. Інтерактивні технології навчання : теорія і практика / О. І. Пометун, Л. В. Пироженко. – К. : Либідь, 2002. – 136 с.

3. Eric Mazur on new interactive teaching techniques // Twilight of the Lecture Harvardmagazine [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://harvardmagazine.com/2012/03/twilight-of-the-lecture>

Е.А. Жиндеева

КАРТИНА МИРА В СТРУКТУРЕ КОММУНИКАТИВНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ПОНИМАНИЯ ТЕКСТА

Саранск, Мордовский государственный педагогический институт имени М.Е.

Евсевьева

Одной из ключевых компетенций понимания текста является картина мира и основы ее моделирования, что важно для формирования и передачи информативной репрезентации действительности и самовыражения. Учитывая, что картина мира – это целостный, глобальный образ всего окружающего, который является первоосновой понимания происходящего, следует указать на коммуникативную функцию как на одну из основных в передаче жизненно необходимой для индивида информации. Овладение сложными навыками и умениями относительно адекватного представления себя и всего того, что является фоном и сущностью жизни для человека априори. И наша жизнь лишь усовершенствование этой системы: от детского неуверенного воспроизведения слов и усвоения понятий до смыслообразующего высказывания собственной позиции во взрослом состоянии. При этом вербальные способности личности глубоко индивидуальны и зависят от многих факторов. Назовем лишь некоторые: наследственность, уровень воспитания, качество образования и т.д. Среди прочих компетенций, необходимых и формируемых в раннем и совершенствующихся в подростковом возрасте, для нас, как литературоведов, интересна коммуникативная компетенция, основанная на понимании текста как эквивалента авторской позиции писателя и ее передачи путем наложения картины мира адресата и адресанта художественного произведения. При условии совпадения таковых рождается эмпатия, различия же ведут не только к различным трактовкам, но нередко к искажению смысла, первоначально заложенного автором.

Вне всяких сомнений художественное произведение представляет собой относительно законченный текст в лингвистическом, культурологическом, философском, эстетическом и других смыслах. Это не просто законченное описание истории жизни, или передача при помощи знаков (букв) нюансов чувств. Художественный текст – попытка сопоставления, увиденного, прочувствованного, понятого писателем с обязательной проекцией картины мира потенциального читателя. Знание культурных норм и ограничений в общении, обычаев и традиций, норм этикета в сфере общения, соблюдение приличий, воспитанность, ориентация в коммуникативных средствах, присущих национальному, сословному менталитету

позволяют ориентировать писателя свое детище на определенный круг людей. Таким образом, художественный текст – это обобщающее коммуникативное свойство личности писателя и потенциального читателя, включающее в себя коммуникативные способности, знания, умения и навыки, чувственный и социальный опыт в сфере общения. Коммуникативная компетентность писателя и готовность ее воспринимать (следовательно, соответствовать творческой личности) читателя выступает интегральным качеством, синтезирующим в себе общую культуру и ее специфические проявления в деятельности индивида.

Важно также отметить, что компетентность – интегральная характеристика личности, включающая в себя систему предметных, социально-личностных и универсальных способностей, позволяющих ее успешно решать актуальные и перспективные эстетические и образовательные задачи.

Но при всей видимости общности явлений, нужна и дифференциация компетентностных возможностей столкновения с художественным образцом. Литературоведческая компетенция базируется на знаниях в области литературоведения. Коммуникативно-речевая компетенция формируется блоком, включающим русский язык, а также иностранные языки. Культуроведческая компетенции содержательно наполняется блоком общепредметных дисциплин: история, МХК, музыка, изобразительное искусство и т.д. Текстовая компетенция – это филологическое осмысление и исследование художественного текста, при которых проявляется интегрированное мышление изучающего текст художественного произведения в единстве языковой и литературоведческой компетенций.

Если принять во внимание, что речь идет о художественном тексте как отражении картины мира, то становится очевидным, что для формирования гармонически развитой личности языковая и литературоведческая компетенции значимы не обособленно друг от друга, а в своей интеграции, что должно стать основой обучения в современных условиях.

С.М. Сороко

ПРОБЛЕМАТИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АБСТРАКТНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ КУЛЬТУРЫ

Новополоцк, Полоцкий государственный университет

Социокультурные явления действительности могут анализироваться в качестве сложных динамичных самоорганизованных информационно-коммуникативных систем. Такой системой, например, является культура в целом для И. В. Зыковой [1], художественная культура для Т. Н. Суминой [2], пространство библиотеки для Т. Ф. Берестовой и Т. Б. Марковой [3;4], книга для О. А. Григорьевой [5]. Факторами

развития абстрактных информационных системы (ИС) культуры выступают, с одной стороны, теоретический уровень развития науки, с другой стороны, обратный кибернетический процесс отражения реальных технических возможностей в научном пространстве. Все ИС предлагаем разделить на основные классы: природного и искусственного (отражают уровень развития культуры) происхождения; существующие как реальные (материальные) объекты и абстрактные – теоретические конструкты, включённые в динамичный процесс конструирования социальной реальности как мысленной (идеальной) конструкции «символического универсума» в трактовке П. Бергера и Т. Лукмана [6].

Природные ИС (от клеток до человека) определяются главным целеполагающим фактором их функционирования – репродуктивной функцией живого организма – в биосфере; сами по себе они не являются культурными образованиями, но вот обратная связь – вмешательство в природный процесс человека – отражает определённый уровень культуры человеческого сообщества и проблематику взаимосвязи культурных и природных процессов. В трактовке В. И. Корогодина и В. Л. Корогодиной природные ИС – это ИС 1-го рода, в которых все три основных компонента – информация, операторы и приспособления, считывающие информацию, – непосредственно связаны между собой и представляют единое функциональное целое; и ИС 2-го рода, изначально не целенаправленные на самовоспроизводство, в них три основных компонента существуют в пространстве отдельно друг от друга, но функционировать и развиваться они могут только в совокупности. В наиболее завершённой форме ИС 2-го рода могут быть представлены в виде человеческих сообществ, где сами люди выступают в роли операторов и «приспособлений», считывающих и реализующих информацию. Операторами являются также технологии [7]. То есть, ИС 2-го рода – это реальные и абстрактные ИС культуры.

Для выраженных латентно в историческом времени абстрактных ИС культуры, как и для всех социокультурных информационных процессов, значимым является тот факт, что именно пространственно-временная разорванность операторов, информации и приспособлений, которые считывают и реализуют её, формирует уникальный хронотоп и иерархию информационного пространства (ИП) культуры, т. е. определяет его архитектуру. Абстрактные ИС культуры будут иметь вероятностные ограничения как в силу своей «идеализированности», так и в силу свободного перемещения информации и человека в пространстве/времени.

Н. Винер обосновал, что единство любого организма обеспечивается средствами приобретения, использования, хранения и передачи информации. «В обществе, слишком большом для прямого контакта между его членами, эти средства суть пресса (книги и газеты), радио, телефонная связь, телеграф, почта, театр, кино, школы и церковь» [8, с. 198–199]. То есть, динамика СМК отражает процесс эволюции информационной социосферы, очерчивает структуру ИП культуры. Заметим, что каналы коммуникации обладают конкретными центрами управления и координации информационными процессами, что позволяет моделировать ИП абстрактных ИС. Значимая часть современных СМК (периодика, радио, телевидение, интернет и др.) –

это новационные каналы передачи информации, которые мы рассматриваем как явления социокультурной динамики на основе информационной причинности: увеличение логической информации стимулировало появление новых каналов распространения информации в обществе и изменение его коммуникативной структуры. Л.Р. Тухватулина считает, что механизм деформации культуры вызван динамикой коммуникативного пространства [9]. Но этот процесс не может выступать в качестве информационной причины, поскольку сам детерминирован условиями функционирования ИС социума. Взаимосвязь между теоретическими представлениями об ИС и автоматизированными ИС такая же, как между идеальной моделью и реальным объектом, теорией и практикой, следовательно, проблематика имеет мультипарадигмальную философскую предысторию. Разнообразие видов ИС культуры и сложность их разграничения непосредственно связаны с полиморфностью информации, с потенциально неограниченными возможностями её кодирования и декодирования, что затрагивает кибернетическую проблематику.

В результате приходим к выводу, что абстрактная ИС культуры сама генерирует информацию, необходимую для её жизнедеятельности, а информационное пространство культуры только отражает данный процесс. В философско-культурологическом контексте это означает, что историческая и культурная память народа ограничена самой ИС социума, но субъекты информационной деятельности на основе информационной причинности способны генерировать информацию, изменять «пространство режимов» (коммуникацию), в результате чего создаются необходимые условия для постоянного увеличения количества информации в абстрактной ИС.

Литература:

1. Зыкова, И. В. Культура как информационная система: духовное, ментальное, материально-знаковое. – М.: ЛИБРОКОМ, 2011. – 368 с.
2. Суминова, Т. Н. Художественная культура как информационная система (мировоззренческие и теоретико-методологические основания). – М.: Академический проект, 2006. – 383 с.
3. Берестова, Т. Ф. Информационное пространство библиотеки: Научно-методическое пособие. – М.: Либерей-Бибинформ, 2007. – 240 с.
4. Маркова, Т. Б. Библиотека в контексте культуры: философско-культурологический анализ: автореф. дис. докт. филос. наук – СПб.: СПб госуд. ун-т, 2008. – 35 с.
5. Григорьева, О. А. Книга как информационно-коммуникативная система в истории отечественной культуры: структурно-функциональный подход : дис. канд. культурологии. - Бийск, 2008. – 176 с.
6. Бергер, П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. – 323 с.
7. Корогодина, В. И. Информация как основа жизни / В. И. Корогодина, В. Л. Корогодина. – Дубна: Феникс, 2000. – 208 с.
8. Винер, Н. Кибернетика, или Управление и связь в живом и машине. – М.: Советское радио, 1958. – 215 с.
9. Тухватулина, Л. Р. Роль коммуникативного пространства в деформациях культуры: автореф. дис. канд. философ. наук. – Томск, 2006. – 26 с.

КОММУНИКАТИВНЫЙ КОНЦЕПТ «РЕСПУБЛИКА УЧЕНЫХ» В ПРОСТРАНСТВЕ РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ ВЕКА ПРОСВЕЩЕНИЯ

Санкт-Петербургский государственный университет

Идея «Республики ученых» – всемирного сетевого сообщества образованных людей – приходит в Россию вместе с реформами Петра I и проектом учреждения Академии наук. Следует обратить внимание на множество вариантов перевода на русский язык термина *Respublica litteraria*. Это и широко распространенная «Республика ученых», и «Литературная республика», и «Республика словесности», а также «Республика наук». Существует тенденция жестко разделять «Республику ученых» – представителей точных и естественных наук, и гуманитарную «Литературную республику» с ее вниманием к изящной словесности. Однако в XVII–XVIII веках общение образованных людей носило универсальный характер и выражало единство знания.

В начале XVIII века Россию считали отдаленной и экзотической частью «Республики ученых», о чем свидетельствует письмо голландца Петра фон де Аа Блюментросту от 25 апреля 1724 года: «Со временем его императорское величество [Петр I. – В.Т.] при помощи очень значительного жалования найдет людей знаменитых в литературной республике...» [1] «Литературная республика», по мнению фон дер Аа, дает возможность достичь славы. Примечательно окончание его рассуждения: «Но в настоящее время, не угодно ли вам, милостивый государь, обратить внимание на то, что те, которые уже приобрели себе известность, имеют хорошие места и не покинут их для того, чтобы ехать так далеко» [2]. Опасения автора удивительным образом перекликаются с теми, которые высказывают относительно проекта «Сколково» в начале 10-х годов XXI века. Заметим попутно, что опыт организации Российской Академии наук можно было бы использовать в современной ситуации.

Академии, а также университеты были своего рода организационными структурами «Республики ученых» XVII–XVIII веков. В параграфе 17 «Мнения об учреждении и содержании императорского университета и гимназии в Москве» говорится о конференции профессоров и отмечается, что «она заслуженных мужей в ученой республике легко может знать» [3]. Таким образом, Московский университет помещается в пространство «Республики ученых», которая призвана в определенной мере контролировать его деятельность.

Тогда же, в начале 1760-х годов, концепт «республика ученых» входит в художественную литературу благодаря И.Ф. Богдановичу, который упоминает название «письменная республика» в журнале «Невинное упражнение» за 1763 год. Он считает именно акт публикации «членским билетом» в «Литературную республику», и журнал становится ее печатным органом. Богданович проявлял живой

интерес к издателю журнала «Новости республики ученых» Пьеру Бейлю. По-видимому, он глубоко воспринял идею «Республики ученых» и даже хотел создать «Общество Российских писателей», но не осуществил этот проект.

Закреплению концепта «Республика ученых» способствовало издание в 1775 году перевода одноименной книги известного испанского писателя XVII века Диего Сааведры Фахардо. В этом сочинении была сильна сатирическая струя. Автор высмеивал ниспровергателей авторитета древних. Отголоски сатирического отношения к «Республике ученых» слышны в «Похвальной речи Ермалафиду» И.А. Крылова 1793 года. В ней Крылов нападает на Н.М. Карамзина. «Республика ученых» в представлении Крылова – не сообщество ученых людей, а царство словесности. Сам Н.М. Карамзин продвигал идею братства людей культуры. Таким образом, к началу XIX века коммуникативный концепт «Республика ученых» получает достаточно широкое распространение. Пафос гражданственности это понятие обретет уже в 1810-е годы, когда «Вольное общество любителей российской словесности» будет предложено именовать «Ученой республикой». Связь организации с декабристским движением и роль в общественной жизни России выведет концепт «Республика ученых» в новое измерение русской культуры.

Примечания:

1. Сборник литературных произведений, относящихся к Петру Первому. Сост. Н. Тихомиров. СПб: «Общественная польза», 1872. С.233.
2. Там же.
3. Мнение об учреждении и содержании Императорского университета и гимназии в Москве //Чтения в императорском обществе истории и древностей Российских при Московском университете. Апрель-июнь 1875. С.197.

О.В. Каширина

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КУЛЬТУРЫ ВРЕМЕНИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СНГ

Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет

Значительную роль в разработке инновационной стратегии сыграют предпринимаемые Исполкомом СНГ и Институтом научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН шаги по разработке Межгосударственной целевой программы «Инновационное сотрудничество государств – участников СНГ на период до 2015 года», а также по созданию некоммерческого партнерства Международного инновационного центра технологического и гуманитарного сотрудничества. К основным подпрограммам Межгосударственной целевой программы относятся: «Инновации в образовании» «Инновационные технологии в

здравоохранении», «Инновационные технологии городского и территориального развития», «Нанотехнологии», «Инновации и молодежь» и другие.

В разработке Межгосударственной программы инновационного развития, на наш взгляд, должны занять достойное место уже существующие теоретические разработки и накопленный практический опыт по созданию социального образования в регионах России. Особую роль в этом играют создаваемые во всех макрорегионах России *Федеральные университеты*, которые в силу своей традиционной многоплановости и межотраслевого сотрудничества не только будут участвовать в реализации почти всех подпрограмм, но, и это главное, на основе внутрироссийского и межгосударственного сотрудничества формировать инновационную культуру общества, развивать социальное образование в России и странах СНГ. Наиболее эффективным в этом процессе, по нашему мнению, является *культурно-временной подход*, позволяющий рассматривать *цивилизационного субъекта* (личность или коллектив любого уровня) в различных пространственно-временных отношениях в качестве и субъекта (создателя) и объекта (поля применения) инновационной культуры.

1. Федеральный университет как субъект институализации инновационной деятельности

Называя науку «планетным явлением» и «геологической силой», В.И. Вернадский имел ввиду именно свойство глобальности науки. Этим открытием В.И. Вернадский отделил интеллектуальную информацию от генетической и придал ей статус материального фактора в качестве нарастающего и обновляемого гуманитарного потенциала науки.

Статус материального фактора для каждого компонента в здании науки может быть описан с разных сторон, в том числе организационных, социальных, технических, экономических и т.д. И все же духовная, культурно-новаторская, гуманитарная роль науки в развитии общества является приоритетной. Именно инновационная деятельность науки создает способность общества, его гуманитарной, технической и социально-экономической среды к восприятию интеллектуальных инноваций. Духовные достижения общей и профессиональной культуры преобразуются в материальную культуру. Иначе говоря, на стыке гуманитарной и технической культур рождается новая, промежуточная, синтезная культура, сочетающая черты обеих культур (в каждом времени в разных пропорциях) – **инновационная культура**.

Овладевая инновационной культурой, цивилизационный субъект становится создателем первичных *когнитивных единиц*, которые впоследствии могут быть эксплицированы как *новации*, превратиться в *научное знание* и быть приняты научным сообществом в качестве *инноваций*.

Реальная проблема состоит в том, что для получения статуса инновационного знания когнитивным единицам необходима определенная *институализация*. Это непростой и долгий путь, где нередко сталкиваются ценностные ориентации как

отдельных исследователей, так и различных групп ученых, производителей, бизнесменов, политиков.

В инновационной деятельности Федерального университета сочетается целый комплекс научных, технологических, организационных, финансовых, маркетинговых действий, направленных на создание, использование и коммерциализацию новаций и превращения их в инновации путем введения в гражданский оборот. Университет является субъектом институализации инновационной деятельности и проводником инновационной политики в исследовательском и инновационном пространстве России и стран, с которыми она сотрудничает.

Специфика Федеральных университетов, создаваемых в округах РФ такова, что они объединяют, как правило, лучшие вузы макрорегиона, впитывают накопленный ими опыт и ориентированы на организацию не только вертикальной профессиональной мобильности, но и горизонтально-гражданского международного сотрудничества бакалавров, магистров, аспирантов, преподавателей. Поэтому они выступают одновременно и как субъекты институализации инновационной деятельности, и как объекты внедрения учебно-научных, научно-образовательных инноваций, что позволяет им выполнить следующие задачи в развитии инновационной сферы: 1) Федеральный университет является **центральным звеном** в развитии интегрированных научно-образовательных структур *национальной инновационной системы*, поскольку здесь происходит создание инновационной среды, в которой протекают два первых этапа инновационной деятельности: а) **создание** новаций и превращение их в научное знание (институализация), б) **внедрение** научных знаний в учебно-научную и научно-образовательную практику и придание им статуса инноваций; 2) в инновационном развитии **образования** Федеральный университет является одновременно и **производителем** научного знания, и **его потребителем**, что в будущем поможет ему вести профессиональную подготовку и переподготовку кадров для инновационной деятельности, с участием государства и частного сектора, готовить специалистов и преподавателей по таким специальностям как инновационный менеджмент и экспертиза инновационных проектов, международный маркетинг, патентное право, организация венчурного финансирования, управление рисками при реализации инновационных проектов и др.; Федеральный университет, таким образом, становится не только звеном национальной инновационной системы, *но и механизмом* государственного и межгосударственного сотрудничества в области инноваций; 3) по мере совершенствования инновационной деятельности возникает новый духовно-материальный, гуманитарно-технический феномен – *инновационная культура*, которую в первом приближении можно определить как *способность общества, его гуманитарной, технической и социально-экономической среды к восприятию инноваций*; 4) актуальность дальнейшего развития инновационной культуры выдвигает вопрос о ее взаимодействии с двумя культурами – технической и гуманитарной; 5) культурно-временной подход позволяет сделать вывод о том, что

инновационная культура возникает на стыке этих двух культур и разворачивается под воздействием внутренних, внешних и метавнешних культурно-временных факторов.

2. Инновационная культура: внутренние, внешние и метавнешние факторы формирования

Инновационная культура стран СНГ вырастает и развивается в результате деятельности цивилизационных субъектов: ученых и инженерно-технических работников, государства, научно-исследовательских центров, университетов, частных компаний, гражданского общества и формируется под влиянием сходных внутренних, внешних и метавнешних факторов, вырастающих как из самой природы этих стран – бывших союзных республик СССР, так и из современной пространственно-временной ситуации. К *внутренним* факторам, возникшим еще в советский период и продолжающим действовать сегодня, относим функциональный кризис науки, связанный с асимметрией ее социальных функций. Так, технологическая функция, в основном, состояла в работе для военно-промышленного комплекса, образовательная подменялась идеологической функцией, а познавательная вырождалась в системы псевдознаний: антигенетики, антикибернетики, исторического и диалектического материализма, научного коммунизма и т.п.

К факторам, вновь возникшим в постсоветский период отнесём: а) ослабление гуманного смысла науки, б) актуализацию в каждой отдельной научной дисциплине собственной логики развития, благодаря чему каждый тип науки специфически реагирует на внешние стимулы, формирует свою конкурентоспособность. Эти факторы назовем историческими составляющими или *факторами преемственности*. Они являются внутренними для стран СНГ.

Внешним стимулом, возникающим и действующим преимущественно в настоящем времени и, разумеется, оказывающим влияние на будущее лицо каждой науки, является конкурентная среда. К ней относятся мировой опыт реализации программ инновационного развития, координация инновационных политик стран – участниц СНГ, выработка их общей стратегии, а также распространение наилучшего национального опыта создания инноваций. Такие внешние стимулы называем *факторами целостности* цивилизационных субъектов инновационной деятельности. Именно они определяют целостность *профессионального самосознания* каждой науки, привлекательность ее *автопортрета*.

Диалектика факторов преемственности (внутренних) и факторов целостности (внешних) формирования инновационной культуры такова, что в результате взаимодействия они создают *коллективно-пространственную горизонталь инновационной культуры – инновационную сферу*, в том числе социально-экономическую, оборонную, технологическую и т.п.

Инновационная сфера – это коллективно-пространственная горизонталь инновационной культуры, область деятельности, возникающая в результате воздействия внутренних и внешних факторов на цивилизационные субъекты (производителей и потребителей инновационной продукции – товаров, работ и услуг), включающая создание и распространение инноваций.

Помимо инновационной сферы культурно-временной подход выделяет категорию «время новаций». Время новаций формируется в процессе развития инновационной деятельности как *индивидуально-временная вертикаль инновационной культуры*. Категория «время новаций» вводится для обозначения *состояния сознания и самосознания* субъекта инновационной деятельности, которое характеризуется *преемственностью* (историческое самосознание – «вчера»), *целостностью* (актуальное самосознание – «сегодня») и *целесообразностью* (прожективное самосознание – «завтра»). При помощи этих характеристик анализируется *новационный процесс – процесс создания цивилизационным субъектом когнитивных единиц, их экспликации в качестве новаций, а затем их превращения в научное знание*. Новационный процесс на этом заканчивается. Начинается следующий шаг – внедрение научных знаний и превращение их в инновации. Он зависит в большей степени от состояния инновационной сферы.

Состояние инновационной сферы вместе с временем новаций характеризуют ***инновационный потенциал цивилизационного субъекта, выражающийся в совокупности ресурсов различных видов, включающей в себя материальные, финансовые, интеллектуальные, научно-технические и иные ресурсы, необходимые для инновационной деятельности.***

Инновационный потенциал цивилизационного субъекта имеет свойство медленно реагировать на действие невидимых, но относительно стабильных *метавнешних (глобальных)* факторов. Воздействие их осуществляется через духовные каналы – науку, идеологию, общую культуру, публицистику, СМИ и т.п. Эти факторы потому и называются метавнешними, что они действуют связующим звеном – «между» – внутренних и внешних факторов. Они как раз и являются смыслообразующими факторами, то есть побуждающими к активности.

Среди метавнешних (глобальных) факторов формирования инновационной культуры, значение которых возрастает для будущего всей науки в целом и для инновационной деятельности всех цивилизационных субъектов в отдельности, на наш взгляд, необходимо выделить: 1) стратегическую нестабильность XXI века, изменение функций рынка и появление «потребительского человека» (А.С. Панарин[1]); 2) появление «индивидуализированного общества» (Зигмунт Бауман[2]) и «сверхобщества» (А.А. Зиновьев[3]); 3) дерационализацию культуры и образования, эволюцию рациональности власти от текста к образу и повышение манипулятивных возможностей культуры (А.И. Демидов[4]). Метавнешние факторы мы называем ***факторами целесообразности.***

Опираясь на приведенный выше концепт о триаде внутренних, внешних и метавнешних факторов формирования инновационной культуры, делаем следующий шаг в ее философском анализе: осуществляем перегруппировку этих факторов с целью получения культурно-временной квинтэссенции инновационной культуры – инновационного потенциала цивилизационного субъекта. При этом осуществляем синтез диалектики и триалектики. Таким образом, для анализа инновационной культуры цивилизационных субъектов необходимо использовать *диалектико-*

триалектическую парадигму[5]. Культурно-временной подход, на наш взгляд, наиболее результативен при использовании на междисциплинарном стыке наук, в системе социального образования сквозь призму «временного масштаба».

3. Культура времени в социальном образовании: неиспользованный потенциал инновационной культуры

Впервые идею о социальном образовании выдвинула известная исследовательница культуры В.Н. Ярская–Смирнова (2005). Главная миссия социального образования — моделирование гражданского общества, социальной интеграции, защиты прав человека, реализация принципов партнерства, междисциплинарности, подготовка социального эксперта по различным социальным проблемам. Знания должны быть представлены не отдельными дисциплинами, а как междисциплинарные, интегрированные вокруг определенной проблемы. Социальное выступает стимулом растущего спроса на социальную экспертизу, позволяя переосмыслить *объяснения* социальных процессов. Сегодня востребовано социальное образование, характеризуемое принципиально новыми подходами, теоретическими моделями целей, практическими стилями обучения взамен прежнего диктата дисциплин и предметоцентризма, характерных для прежней парадигмы образования. По происхождению, определению и сути социальное образование — это *медиум культуры*, катализатор солидарностей, но пока еще — не массовая ситуация, а некий прорыв. Социальное образование займет приоритетное место не только в контексте новой философии, но и на уровнях власти и общества в целом, — считает В.Н. Ярская–Смирнова[6].

В такой трактовке социальности образования мы видим четкое разграничение социального и профессионального: инженерно-технического, гуманитарно-научного, естественно-научного образования. Это разграничение как раз и подчеркивает, что социальное образование должно сыграть роль мостика, связующего звена между наукой и практикой, между новацией и инновацией (в индивидуально-временной вертикали), а также между гуманитарной и технической культурами (в коллективно-пространственной горизонтали).

Центральным звеном социального образования, на наш взгляд, должна стать культура времени *как способ организации всего научно-образовательного и учебно-воспитательного процесса*.

Разрабатываемая нами теория культура времени[7] может воплотиться в практике преподавания международного курса — новой учебной дисциплины «Основы культуры времени» в качестве гуманитарной составляющей для естественных и технических университетов, отраслевых вузов и отдельных специальностей федеральных университетов. Этот курс, по нашему мнению, может стать началом создания *международной системы социального образования в странах СНГ*.

«Основы культуры времени» — это синтезная научно-философская гуманитарная учебная дисциплина, включающая в предельно сжатом виде (за счет изложения сквозь фильтр временного масштаба) определенные разделы

общественных, гуманитарных и общенаучных дисциплин, позволяющая резко сократить учебное время на преподавание этих дисциплин (не нарушая логики Природы и логики Истории) и акцентировать внимание обучающихся на профильных науках и их профессиональном самосознании.

Исходя из этих задач, а также из теории культуры времени являющейся по существу концептуальным обоснование новой учебной дисциплины, мы предполагаем включить в структуру учебника «Основы культуры времени» следующие разделы: 1) Исторический ракурс: империи времени. 2) Метавремя культуры как метаистория, 3) Культура времени как современность, 4) Диагноз времени как виртуальная реальность, 5) Профессиональное самосознание науки. В такой структуре, по нашему мнению, должны найти воплощение главные принципы, объясняющие *диалектико-триалектическую парадигму культуры времени.*

Поскольку Межгосударственная целевая программа «Инновационное сотрудничество государств – участников СНГ на период до 2015 года» имеет и подпрограмму «Инновации в образовании», то создание такой системы, ее экспериментальная апробация, написание пробных вариантов межгосударственного учебника «Основы культуры времени» и программ спецкурсов по профессиональному самосознанию отдельных наук могли бы войти составными частями в эту подпрограмму.

Все это, наш взгляд, будет способствовать разработке единой стратегии социального образования в странах СНГ, что в свою очередь может помочь в поиске оптимальных моделей взаимодействия по созданию перспективного проекта – *укреплению общего гуманитарного пространства Содружества Независимых Государств.*

Примечания:

1. Панарин А.С. Стратегическая нестабильность в XXI веке. – М., 2004. – 640 с.
2. Бауман Зигмунт. Индивидуализированное общество / Пер. с англ., под ред. В.Л. Иноземцева. – М. – 2005. – 390 с.
3. Зиновьев А.А. Распутье. – М., 2005. – 320 с.
4. Демидов А.И. Рациональность власти и ее эволюция от текста к образу // Вопросы философии – М., 2005, № 8, с. 3-10.
5. Каширин В.И. Цикличность и проблема метода в современной глобалистике: синтез диалектики и триалектики // Циклы природы и общества. Материалы 7 Международной конференции. – Ставрополь, 11-14 октября 1999 г. - Ставрополь: Изд-во Ставропольского университета, 1999
6. Ярская-Смирнова В.Н. Философские смыслы социального образования // Философия и будущее цивилизации: Тезисы докладов и выступлений IV Российского философского конгресса (Москва, 24-28 мая 2005 г.): В5 т. Т. 4. – М., 2005, с. 571 – 572.
7. Каширина О.В. Культура времени в современной картине жизни. – Ставрополь: Изд-во СГУ, 2007. – 286 с.

НАУКА И ИСКУССТВО В ПОИСКАХ ДИАЛОГА

Санкт-Петербургский университет кино и телевидения

Представляя собой две формы духовной деятельности человека, искусство и наука всегда играли важную роль в человеческой жизни и никогда не вступали в активный конфликт друг с другом. Эстетическая и познавательная потребности человека в равной мере относятся к экзистенциальным, свидетельствующим о его постоянной интенции к трансцендентному, к выходу из ограниченной ситуации в пограничные (с Абсолютным), о попытках приоткрыть тайну (Бытия), ибо окружающая эмпирическая реальность производит на человека впечатление несовершенной или незавершенной, а эта неудовлетворенность сущим толкает на поиск альтернативы.

С другой стороны, искусство и наука отражают стремление человечества к порядку, космической устроенности мира, они связаны с восприятием мира как целостного единого универсума. Даже в культурной ситуации постмодерна, когда вопрос о порядке, структурном единстве и смысле оказывается окончательно снятым с повестки дня, эти две формы духовной активности продолжают утверждать единство и даже синкретизм (абсолютная обратимость всего) сущего, правда уже на других началах – не космоса, а хаоса, не логики, а абсурда, не бытия, а небытия.

Наука и искусство в равной степени обладают способностью сближать людей, содействуют их диалогу, пониманию друг друга. Это особенно очевидно сегодня в условиях глобализации, когда любые художественные проекты и научные открытия с легкостью пересекают национальные границы, становясь доступными всему человечеству.

Обе эти формы человеческой активности претендуют на доминирующую роль в рамках современной культуры. С одной стороны, научно-технический прогресс определяет сегодня облик всех социальных сфер, искусство не исключение. Именно прорыв в научно-технической сфере стал причиной появления новых видов искусства, таких как кино, телевидение, анимация и др. Но и влияние науки на традиционные виды художественной творчества очевидно. Например, с началом перехода к постмодерну стали наблюдаться серьезные изменения в архитектурной эстетике. Вековой антагонизм между застывшей объемностью строений, заключавших в неподвижную каменную ограду динамичную жизненную среду, создавая контраст мертвого и живого, начинает преодолеваться. Стремление сблизить архитектуру с живыми системами приводит к реставрации органических архитектурных, господствовавших на ранних стадиях культуры. А возможность для реализации этих замысловатых (изогнутых, криволинейных, каплевидных и т.п.) конфигураций, а также мобильных архитектурных форм, способных менять

очертания при взаимодействии с происходящими в них процессами жизнедеятельности, обеспечена все теми же успехами в науке.

С другой стороны, ничуть не менее заметным можно считать влияние искусства на все сферы современной культуры, в том числе науку. Если структурализм стремился придать гуманитарным наукам статус точных, то постструктурализм – пример отказа от научности. Сегодня наука перестала противопоставлять себя ненаучным, донаучным мифологическим формам сознания, она отказывается от единой истины в пользу плюрализма, научное знание все чаще носит вероятностный игровой характер, что сближает его с искусством.

До недавнего времени наука ставила перед собой задачу объяснения мира и использования знаний о мире для удовлетворения жизненных потребностей человека. Но сейчас ее интерес смещен в сторону творчества, «поэтики делания», создания новых реальностей. Нетворческие сферы человек оставляет роботам и компьютерам.

Современная философия утверждает, что язык неизбежно художественен, функционирует по законам риторики и метафоры, само мышление человека в принципе художественно. А потому любое научное знание существует в виде художественных произведений. Поскольку всякая наука ведает прежде всего «текстами», литературоведение рассматривается как модель науки вообще. Если мир есть текст, то задача науки – не познание, а истолкование мира.

Подобно искусству сегодняшняя наука не столько нацелена на результат, сколько стремится получить удовольствие от самого процесса, решение конкретной научной задачи – повод перейти к следующей. Современная массовая культура использует самые рафинированные достижения науки и техники для манипулирования элементарными «дочеловеческими» реакциями и импульсами, для реализации принципа удовольствия. Современное искусство хоть и является достижением науки, но воздействие от него, как от магии.

Единство человеческого рода выражается в единстве культуры человечества, в ее стремлении к синтезу своих форм. Наука и искусство сегодня – главные средства объединения мира, а для успешного решения этой задачи они должны, прежде всего, построить диалог между собой.

РОЛЬ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ СПбГПУ В ФОРМИРОВАНИИ ПАРТНЕРСКОЙ СЕТИ В НАЦИОНАЛЬНОМ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

В рамках очередного этапа реформирования системы высшего образования в Российской Федерации вузы должны использовать все инструменты позиционирования и лоббирования своих интересов на региональном и федеральном уровнях. Современные подходы к управлению высшей школой, рекомендуют использовать как культурно-историческое наследие, так и инновационные управленческие модели для повышения эффективности работы по привлечению абитуриентов, специалистов, инвестиций, государственной поддержки. В основе современного бренда вуза выделяют социальные, маркетинговые характеристики, позволяющие эффективно продвигать услуги внешним аудиториям, способствующие формированию развитой корпоративной культуры. Перед СПбГПУ стоит важная задача по созданию универсального зонтичного бренда, единого для регионального, национального и наднационального формата и способного успешно конкурировать за ресурсы и человеческий капитал с помощью различных каналов внешней и внутрикорпоративной коммуникации. Формирование развитого бренда, как и эффективных средств коммуникации, становится залогом конкурентоспособности. В рамках статьи и на основе экспертно-аналитической работы в культурно-исторической комиссии СПбГПУ автор рассматривает взаимосвязь социо-культурных и управленческих аспектов в работе современного вуза.

Культурно-историческое наследие СПбГПУ основано на следующих элементах: истории университета, преподавателях и выпускниках, научных школах, интеллектуальных, материальных и духовных памятников культуры и техники. Нельзя не отметить идентификационные связи вуза с брендом Петербурга, имиджем основателей и руководителей и т.д. Все это позволяет задействовать в управлении брендом социально-психологические компоненты в виде эмоций, традиций, мифологизаций имиджа СПбГПУ, ожиданий целевых аудиторий, связанных с восприятием университета как продавца образовательных услуг, позволяющих повысить индивидуальное и коллективное качество жизни.

Формирование корпоративной культуры сегодня, это не только осознание исторического наследия и следование традициям. Современному национальному исследовательскому университету необходимо принимать участие в формировании социально-экономической повестки дня регионального и федерального уровня, быть центром международной академической мобильности, популяризировать национальные исследовательские проекты, продвигать свои научные школы, идеи, товары и услуги, ценности и интересы целевым аудиториям. Активная научная,

культурно-просветительская деятельность, открытость и взаимодействие с институтами гражданского общества и государства позволяет также формировать вторичные аудитории, заинтересованные в сохранении и развитии вуза, позволяющие лоббировать интересы учреждения, привлекать инвестиции и формировать дружественное окружение. При этом вузом решается стратегическая задача по установлению практической связи между образованием, наукой, бизнесом, государством в соответствии с реальными потребностями населения.

Все потребители образовательных услуг выдвигают свои требования к процессу обучения и желаемым результатам, исходя из своих представлений, возможностей и специфических факторов среды и времени. В условиях укрупнения и объединения вузов, ключевым фактором выживания наряду с управлением брендом и развитием корпоративной культуры, выступает эффективное управление ресурсами, в том числе и с помощью создания «партнерской сети».

Вуз при создании партнерской сети выступает в роли посредника, инвестировавшего свои ресурсы в создание внутренней сетевой структуры, а затем получающего результаты научного и экономического характера в рамках взаимодействия структурных подразделений. Благодаря корпоративной культуре и идентификации сотрудников с брендом вуза можно повысить вовлеченность структурных единиц в корпоративную деятельность. Не менее важным результатом для технических вузов становится появление в условиях наличия партнерской сети заинтересованности технических и гуманитарных подразделений к совместным проектам, диффузия знаний, а также более полное использование потенциала факультетов.

Считается, что партнерские сети в образовании используют синергетический эффект, когда дополнительная потребительская ценность научно-образовательного центра создается с помощью сочетания горизонтальных и вертикальных связей научного и административного персонала, исследовательских подразделений, решающих свои частные и общие задачи с использованием сетевых структур. Эффект используются для увеличения научной и экономической привлекательности организации, повышения качества услуг, создания инфраструктуры малых инновационных предприятий, межфакультетских рабочих групп и лабораторий, позиционирования единого сильного бренда на рынке образовательных услуг, международной деятельности и развития корпоративной культуры.

Вопрос об эффективном взаимодействии подразделений и сотрудников – одна из ключевых проблем современных исследований в области управления организациями и персоналом, в том числе и в образовании. Возможно ли привлечение, например студентов и аспирантов юридического факультета к работе юридических служб университета. Насколько эффективной будет совместная работа по продвижению бренда вуза посредством объединения усилий пресс-службы и гуманитарного факультета. Какую роль будут играть учащиеся и преподаватели инженерно-строительного факультета при проектировании новых объектов на территории Политехнического университета, а их коллеги с факультета технической кибернетики

в обеспечении информационной инфраструктуры вуза. Не менее важен вопрос об организации системы горизонтальных связей между факультетами и совместное участие в комплексных научных исследованиях и заказах. Как примеры функционирования своеобразных партнерских сетей приводят экспертные советы при научно исследовательских центрах, малые инновационные предприятия, рабочие группы при ректорате и т.д.

Развитие корпоративной культуры, информационных технологий позволяет вузам более эффективно работать в рамках концепции «партнерских сетей», с меньшими экономическими, временными и трудовыми затратами конкурировать на рынке образовательных услуг. Бренд, кадровая и научно-техническая база СПбГПУ позволяет пока сохранять высокие позиции в рейтингах посвященных образовательной системе Российской Федерации. Но в глобальном мире, с учетом роста академической мобильности, ускорения процесса создания и обработки знаний необходимо все время поддерживать исследовательскую активность, как в области подготовки новых специалистов, так и поиске наиболее эффективных способов управления потенциалом, сочетая культурно-историческое наследие и инновационные практики управления вузом.

В.А. Сергеев

ЗАДАЧИ И ИННОВАЦИИ В ИТ-СИСТЕМАХ

Новосибирск, Институт вычислительной математики и математической геофизики СО РАН

① В гуманитарных науках и в искусстве уже более трёх десятков лет практикуются робкие попытки формализации и математизации. Хотя в 1960-е годы были даже созданы компьютерные программы, сочиняющие «стихи» и «музыку», хотя сейчас всю (и неплохо!) работают программы, переводящие с языка на язык и понимающие «смыслы» текста, строгости в этих дисциплинах почти не прибавилось. Понятно, что их специфика состоит в сложности объектов и моделей, в расплывчатости целей, в многокритериальности оценок, в «богатстве» профессионального языка. Понятно, что облака и оттенки смысловых нюансов обедняюще отсекаются прокрустовым ложем формализмов. Однако «причёсывать» до максимально ясного, однозначного и задачного уровня гуманитарные дискурсы представляется необходимым. Иначе интуитивно-подкорковые (невербальные либо туманно-словесные) «потoki сознания» девальвируют компетенцию любого специалиста и затрудняют применение ИТ-систем и ИТ-технологий. Мой многолетний опыт профессиональной работы по темам формализации, математизации и компьютеризации геологии и геофизики позволил мне продвинуться в работе по заявленной теме.

② **Информационные технологии (ИТ, IT)** связаны с получением, передачей, хранением, преобразованием, интерпретацией и включением в компьютерные моделирующие, исследовательские, производственные и дидактические системы информационных файлов, относящихся к различным объектам некоторой **предметной области (ПО)** — области (отрасли) теории и/или практики.

Всякий раз, когда фиксирована потребность, осознана цель, сформулирована проблема, а, тем более, поставлена задача, и описаны факторы, системы, процессы, объекты, способные повлиять на достижение цели, мы имеем дело с **целевой ситуацией (ЦС)** в данной ПО относительно некоторых целевых объектов, охарактеризованных свойствами F и определённых в пространстве XYZ и во времени T. Всякая ЦС позволяет получать, изучать и распространять факты, знания, информацию об этих объектах на повышенном уровне строгости и системности.

Не всякая информация пригодна для разрешения проблемы или решения задачи, даже если она относится к данной ПО. Эта **информация должна быть** необходимой и достаточной, в меру достоверной, точной и детальной, удовлетворять нормативам её получения и сертификации. Подробнее об информации, данных и знаниях смотрите мою статью [1].

Данные, информация и знания о ПО **используются для** решения задач этой ПО, для построения системы знаний в ПО, для преподавания знаний об объектах ПО (как с помощью ИТ-технологий и систем, так и внекомпьютерными технологиями).

Далее мною уточняются представления о математизации, о формализации, о формальных задачах, об инновации, о ЦС важнейших ПО, о сути и соотношении философии, науки и религии, об образовательной ситуации как о ЦС педагогики.

③ Среди задач, решаемых в ПО, можно выделить 3 их типа: содержательные, формальные и математические.

При постановке и решении содержательной задачи (1) фиксируется фрагмент предметной области, (2) заявляется потребность, (3) декларируется цель, (4) формулируется проблема, (5) выбираются средства для разрешения проблемы, (6) учитываются влияющие обстоятельства, (7) генерируется критерий, позволяющий установить, что цель достигнута с необходимыми качеством, с допустимыми потерями и приобретениями, (8) осуществляется решение задачи выбранными средствами, (9) оценивается решение задачи по критерию.

При постановке и решении формальной задачи делается всё то же, но на формальном языке искусственного интеллекта (=data mining, =анализа данных) после необходимой формализации ПО.

При постановке и решении математической задачи также делается всё то же, но уже на языке выбранных математических аппаратов, моделей и алгоритмов.

В идеале для разрешения некой содержательной проблемы конкретной ПО необходимо найти адекватную постановку содержательной задачи, а эту задачу свести к графу фиксированных типовых формальных задач, а те решить на основе известных математических задач с соответствующими постановками. Не является исключением и наведение возможной строгости в гуманитарных науках, в искусстве

и в других ПО и создание оптимальной образовательной (педагогической) среды, использующей образовательно-воспитательные ИТ-технологии. Однако на этом пути проблемным является не только задействование постановок математических задач, но даже и постановка содержательных задач, и даже «простая» формализация.

④ **Математизация** ПО всегда осуществляется по следующим трём направлениям. (1) Использование существующих математических методов (ММ) для постановки и решения частной содержательной задачи ПО. (2) Использование математической методологии для формализации ПО: принципов формализации, дедуктивного (в частности, аксиоматического) подхода, языков теории множеств и теории систем, нормативов постановки задач, способов доказательства утверждений, умелое применение аппроксимации и математической статистики для обобщающих выводов. (3) Для создания новых математических моделей и аппаратов, имитирующих саму ПО или её существенные фрагменты.

Формализация некоторой ПО состоит: (1) в фиксации (на традиционном языке ПО) начальной информационной модели ПО, рассматриваемой как система, содержащая подсистемы и объекты, учёт которых необходим при постановке содержательных задач ПО; (2) в ревизии и улучшении традиционного языка ПО; при этом инвентаризируется всё множество терминов ПО с их определениями и понятиями, классификационно упорядочиваются модельные фрагменты ПО, ликвидируется синонимия и омонимия в терминах; термины, определения и понятия приводятся в соответствие с нормативами и др.; (3) предлагаются переизложения теоретических фрагментов ПО на формализованном языке. Главным стратегическим продуктом формализации является совокупность всех ЦС данной ПО.

⑤ **Типовые формальные задачи.** К этим задачам могут быть сведены все содержательные задачи, возникающие в любой ПО (естественнонаучной, технической и производственной, управленческой, бытовой, гуманитарной, образовательной и в искусстве) [3,4,5]. К формальным задачам относятся следующие. **Доэмпирические исследования:** выбор начальной формализованной модели для фрагмента ПО; выбор типа объектов - как будущих множеств точек в одном из подпространств полного эмпирического пространства $\{XYZTF\}$, где XYZ - координаты, T - время, F — множество из I свойств: $f_1, f_2, \dots, f_i, \dots, f_j$, значения которых должны быть определены в точках или в областях отнесения значений в эмпирическом подпространстве; выбор типа эмпирического подпространства: или одного из одномерных $\{X\}, \{Y\}, \{Z\}, \{T\}, \{F\}$, или одного из двумерных $\{XY\}, \{XZ\}, \{YZ\}, \{XT\}, \{YT\}, \{ZT\}, \{TF\}$, или одного из трёхмерных $\{XYZ\}, \{XTF\}, \{YTF\}, \{ZTF\}, \{XYT\}, \{XZT\}, \{YZT\}, \{XYF\}, \{XZF\}, \{YZF\}$, или полного $\{XYZTF\}$. **Эмпирические исследования (ЭИ)** с целью сбора данных: выбор типа ЭИ — наблюдение (пассивный) или эксперимент (активный), размещение в эмпирическом подпространстве ожидаемо оптимальной системы мест для датчиков эмпирической системы, выбор регистрирующей системы для ЭИ, выбор сценария ЭИ, регистрация данных по сценарию ЭИ. **Процедуры предварительной обработки данных:** дискретизация, фильтрация, кодирование, визуализация, описание - слабо завязанные на критерий содержательной задачи.

Подзадачи: сравнение (с определением сходства или различия — между двумя объектами, между объектом и множеством, между двумя множествами объектов; с определением связи между двумя свойствами), перечислительное выделение (районирование и периодирование), перечислительное классифицирование (включая типизацию и кластер-анализ = группирование), экспертное ранжирование (упорядочение = перечислительное оценивание), аппроксимация (=построение функции по теоретическим предположениям и эмпирическим данным — в сильной либо слабой шкале), исследование особенностей построенной функции - средне завязанные на критерий содержательной задачи. **Задачи:** диагностические районирование, периодирование, классифицирование (=распознавание), прогнозирование, ранжирование и оценивание, аналитические расчёты по функциям и системам уравнений - сильно завязанные на критерий содержательной задачи.

Инновациями можно считать результаты удовлетворения потребностей, достижения целей или разрешения проблем **не** путём постановки и решения задач, а креативным путём (конструированием, изобретением, рационализацией, дизайном, открытием, сочинительством). Здесь существуют два направления: (1) традиционное нерегулярное (посредством интуиции, подсознания, «озарения», инсайта) и (2) нетрадиционное регулярное (посредством технологий и методик творчества, например, ТРИЗ, компьютерных программ сочинения музыки или стихов, вывода формул, проектирования зданий, интерьеров, технических изделий, химических формул веществ, генетических цепочек ДНК с заданными свойствами организма).

Из выделенных мною ПО путь постановки и решения задач наиболее распространён и пригоден для естественных наук, для производства (для техники и технологий), для управления, в образовании, а путь генерирования инноваций наиболее пригоден в искусстве, в быту, на производстве, но применяется также в науках и в образовании.

⑥ **Скажем кратко о ЦС важнейших ПО**, а для образования (в качестве примера) сформулируем ниже ЦС подробно.

Всякая ЦС является динамической системой взаимосвязанных и частично взаимовложенных взаимодействующих компонент (элементов и подсистем), специфичных для данной ПО, среди которых главными являются: (1) цели данной ПО, (2) средства достижения этих целей, (3) ресурсы для достижения этих целей, (4) обстоятельства среды вокруг ПО, в которых осуществляется достижение этих целей. Эти цели являются эмерджентными свойствами ЦС как системы.

К важнейшим ПО, имеющим свои специфические ЦС, отнесём науку, управление, производство, быт, образование и искусство. Все они производят различные продукты культуры (материальные или нематериальные, выступающие средствами производства либо предметами потребления, являющиеся либо нет товарами и услугами, полезные либо вредные и нейтрально бесполезные).

Медицина, юриспруденция, охрана порядка, психология, социология и даже история тяготеют по своим продуктам к услугам, по своим методам — к науке, а первые три по их организации — к производству и управлению (хотя массовая,

квалифицированная и доступная психологическая служба могла бы стать в любой стране наиболее эффективной отраслью производства психически здоровых людей, вытеснив собой церкви с их наглой антинаучной ложью и с психопатологией религиозной веры). Если считать, что целые отрасли культуры и продукты этих отраслей могут быть отнесены к ядам и мусору человечества (в том числе, алкоголь, табак, обжорство, наркотики, религии, обман, реклама, аполитичность, болельщичество, роскошество, тунеядство, игромания, агрессивный садизм, автодебилизация и др.), то их место — в ряду искореняемых болезней (соматических и психических).

Научная ситуация (НС) целями имеет выявление фактов и знаний, поиск в них закономерностей, их систематизацию, хранение и сертификацию. Средства достижения целей в науке являются непревзойдёнными образцами для любых других ПО.

Управленческая ситуация (УС) имеет целью выработку и применение оптимальных нормализующих воздействий на людей и на инфраструктуру в некотором социуме (от микро до макро - семья, производственный, образовательный или досуговый коллектив, население региона, страны и др.). Средства — из психологии, кибернетики, системотехники, экономики, производства и др.

Производственная ситуация (ПС) связана с целью создания «полезных» вещей и услуг. Их полезность бывает весьма относительной и проблематичной, а на цель и на критерий её достижения влияют индивидуальные ментальности, менталитет социума и существующие политико-экономические установки и рамки: от корыстно-прибыльного обогащения производителя любой ценой до бескорыстного труда (вплоть до самопожертвования) на благо других. Средства - весьма многообразны.

Бытовая ситуация (БС) целями имеет удовлетворение для одного или многих людей их потребностей и достижение их частных целей. Средства - «здравый смысл», традиции, личный и групповой опыт и др.

Ситуация в искусстве (ИС) основана на целях (1) воспитания, (2) агитации, (3) развлечения, (4) обучения, (5) самоутверждения творца. Средства для этого различны, но все их объединяют попытки повлиять на реципиента произведения искусства через возбуждение у него эмоций.

⑦ Определим, что есть «философия» и чем она отличается от науки и религии.

Философия — это преднаука. В своём докладе на V Российском философском конгрессе [2] я предложил следующее краткое, но ёмкое её определение: **философия** — это совокупность гипотез. Развёртывая это определение до понятия, необходимо уточнить следующее. (1) Разделы философии по своим предметам исследования в точности соответствуют различным предметным областям (ПО) и их отраслям: науке, управлению, производству, быту, образованию и искусству (никаких разумных и имманентных только философии «всеобщих законов движения и развития» типа диалектики нет!). (2) Гипотезы в философии могут относиться к фактам и знаниям любой их разновидности [1], специфичных для каждой ПО. (3) Как только некая гипотеза, присутствующая в философии, подтверждается специалистами соответствующей ПО, её факт или знание ассимилируется в эту ПО, и она выводится

из философии. Так постепенно обогащаются науки, практики и «беднеет» философия. (4) Специалист всякой ПО, выдвигая или обсуждая какую-либо гипотезу из ПО, становится в этот момент философом для этой ПО. (5) Поэтому целевую ситуацию отдельно для философии в целом можно не определять. Её ситуации тяготеют к ЦС разных ПО: к НС, к УС, к ПС, к ОС, к БС, к ИС — в точном соответствии с тем, гипотезы для какой из ПО рассматривает философия. (6) В философии (как и во всех ПО) возможна не только формализация, но и математизация (хотя чаще - специфическими математическими аппаратами типа теории размытых множеств).

В науке средства исследования и доказательства гипотез несоизмеримо мощнее, тоньше и строже, чем в философии. Как и в философии, в науке есть гипотезы, но кроме них есть множество знаний — достоверных и точных, от которых любой учёный готов отказаться, если их убедительно опровергнут (принцип фальсифицируемости). А главное — наука опирается на совершенные средства получения знаний, на их многократную проверку, на планирование экспериментов и на математическую обработку результатов. В науке считается недопустимым полагать какую-либо гипотезу стопроцентно истинной, если про неё это не доказано.

В религии преобладают гипотезы, мифы и легенды. Точные, проверенные знания, подтверждённые наблюдениями или экспериментами, в любой религии отсутствуют. Ни одно «знание» из религиозных так называемых «священных писаний» не воспринято наукой. И наоборот, многие века церковники предавали знания науки проклятиям, а учёных подвергали пыткам и сжигали на кострах. Сами теологи утверждают, что религиозные догмы не требуют доказательного обоснования, что религиозная вера в них вполне достаточна. Но суть религиозной веры — это убеждение верующего в 100-процентной достоверности некоего религиозного «знания» (например, что существуют «боги» или «Бог», что есть «рай», «ад», «душа» и др.) в условиях, когда доказательных подтверждений этого «знания» не наберётся и на 1% и когда мировая наука ни одного из этих знаний не подтверждает. Если некто, осознавая, что религиозное «знание» 100-процентно не достоверно, публично признаёт 100-процентную достоверность этого «знания», то он лжёт, и может считаться общественно опасным жуликом и негодяем (тем более, если он облачён в одеяние священника, чиновника, учёного или преподавателя).

Моделирующим примером религиозной веры могут быть психопатологические состояния трёх обитателей некой дурдомовской палаты №6. Первый из них, сидя на койке с кастрюлей на голове, твердит, что он — Наполеон Бонапарт, что у него на голове — треугольный кивер, что он уже покорил Россию и что он стопроцентно верит во всё это, что это — его святая вера, что кастрюля — это священный символ его веры, и что он готов биться с любым, кто оскорбит эти его чувства верующего. Его сосед по палате свято, 100-процентно, верит в то, что его таблица умножения, записанная в его блокноте (где $2 \times 2 = 17$, $3 \times 4 = 666$ и т.д.), 100-процентно верна, что его блокнот — это его священная книга, полученная им на горе Синай у «неопалимой купины» из рук невидимого «Всевышнего», и за осквернение этого блокнота или за оскорбление его чувств верующего он отомстит любому «кощуннику». Третий в

палате имеет свой блокнот с таблицей умножения, где $2 \times 2 = 13$, $3 \times 4 = 1$ и т.д.; он тоже считает свою веру единственно истинно праведной на 100%; для него тоже его блокнот (полученный по его словам от эстракорпорально-непорочно зачатого) — продолжение «Библии», и он тоже готов судить обидчика за оскорбление его чувства веры или за «бесовские танцы» на его блокноте.

К любым религиозно верующим можно было бы относиться терпимо и снисходительно, как ко всяким больным, если бы церковники не распространяли бы напористо и повсеместно эпидемию религий, пользуясь многомиллиардной финансовой и административной (антиконституционной!) поддержкой властей, и если бы эти верующие не вели себя вызывающе, оскорбляя чувства здравомыслящих атеистов, и не вовлекали бы окружающих в психопатологию религий. И всё это — при постоянном двухдесятилетнем нарушении Конституции, в которой записано, что Россия — светское (а не религиозное государство) и что церковь в России отделена от государства. И всё это - под демонстративное засвечивание на государственных телеканалах в отблесках свечей «подсвечников» - госчиновников самых разных рангов на богослужениях в православных храмах. И всё это — на фоне встречного православного прославления церковью власти во всех воспитательно значимых государственных учреждениях: в армии и в полиции, в вузах, в школах, в больницах, в колониях заключённых, в телестудиях.

Есть две разновидности атеизма: (1) когда утверждается, что точно, 100-процентно, нет никаких объектов (процессов, событий), описанных в «священных» книгах религий, и (2) когда утверждается, что оснований быть уверенным на 100% в существовании таких объектов нет, но нет и доказательств обратного (что эти объекты не существуют). Атеизм (1) основан на религиозной вере и этим (и только этим!) напоминает религию. Атеизм (2) соответствует научному мировоззрению. Наука готова и способна проверять любые гипотезы, изучать любые мыслимые объекты («богов», «леших», «кикимор», «снежных людей», «инопланетян», «рай», «ад» и т.п.); и если вдруг где-то учёными достоверно обнаружится нечто, упоминаемое у мистиков, весь научный мир с готовностью изучит это нечто и включит его в Великую Священную Книгу научных знаний. А пока не обнаружится, для учёных эти объекты и их адепты будут находиться вне доверия и уважения.

Всякий учёный просто обязан быть антирелигиозным атеистом! Иначе возникают подозрения в его профессиональной непригодности: если он допускает религиозную веру как метод обоснования сакральных «знаний», то и в своей науке он может использовать этот недопустимый метод обоснования гипотез по отношению к объектам науки..

Что касается религий, основанных на «Библии», то все они получили от жрецов, писавших книги «Ветхого завета» (ранней части «Библии») вопиющее тяжкое наследство, равносильное самоубийству этих религий: на первой же странице «Ветхого завета» излагается миф о том, как некое существо, именуемое «Богом», примерно 7 тысяч лет назад всего за 6 дней сотворило из ничего Вселенную, звёзды, планеты, Землю и всё на Земле. В этом — полное, вопиющее противоречие знаниям

современной науки! Из геологии и астрономии известно что Солнце возникло 7 миллиардов лет назад, а Земля — 4.5 миллиарда. Историческая геология и биологическая систематика доподлинно установили, что более 1 миллиарда лет назад существовали беспанцирные организмы; что в течение сотен миллионов лет появлялись и исчезали животные и растения разных типов и видов, совершенствуясь в ходе эволюции от простых к сложным; что первые примитивные люди появились около 5 миллионов лет назад. Этих знаний мифический «Бог» в «Библию» не заложил (жрецы тогда этого не знали). Итак, расхождение данных науки и «Библии» по начальной дате «сотворения Мира» - в миллион раз! Как же из этого выкручиваются попы? Они заявляют, что текст «Библии» надо понимать иносказательно, не буквально, считая каждый из упомянутых 6 дней за миллиард лет. Но тогда что ещё можно считать в «Библии» весьма резиновой аллегорией: число «богов»? количество 10 заповедей от «Бога» на скрижалях?, содержание этих заповедей? и др. И это — текст «истинного» учения, от которого нельзя отступать ни на одну букву?!

Из этого следует ультимативный императив для власти и граждан России: **или** науку и учёных надо признать наглыми лжецами и закрыть все научные учреждения и вузовские кафедры, **или** признать наглыми лжецами попов и полностью отлучить их от государства (в соответствии с Конституцией), удалив из госструктур, из СМИ, из всех щелей светской культуры, куда они проникли, и повсеместно за госсчёт преподавать и пропагандировать научный атеизм. Что выберет «дуумвират», разглагольствующий под иконами об инновациях и модернизациях в России?

...Октябрь-2012; в селе на Ставрополье девочки стали приходить в школу в хеджабах. Реакция Путина по ТВ: «Запретить! Мы — светское государство». А как же повсюду - нашейные крестики напоказ?! А иконки в кабинетах чиновников?! А попы в рясах в гософисах и на гостелеканалах — исчезнут?!...

Философия принципиально отличается от религии тем, что, хотя обе они состоят из гипотез, честный и вменяемый философ никогда не будет утверждать фанатично и ортодоксально относительно некоторой гипотезы, что она 100-процентно верна, не получив доказательств её достоверности.

⑧ Рассмотрим образовательную ситуацию. Главными её субъектами являются: ученики (школьники, воспитанники, студенты и т.п.), педагоги (учителя, преподаватели, воспитатели и т.п.), ОУ — образовательное учреждение (детский сад, школа, колледж, вуз и т.п.).

Под «**образовательной ситуацией**» (ОС) мною понимается **система** взаимосвязанных, частично взаимовложенных и взаимодействующих **компонент** (элементов и подсистем) образовательного (педагогического, учебного и\или воспитательного) процесса, перечисленных ниже.

Эмерджентными свойствами ОС являются её способности:

11. формировать личности учеников - планомерно или стихийно, непосредственно или опосредованно (через субъектов учебно-воспитательных

воздействий, в число которых **не** входят педагоги с их педагогическим инструментарием),

12. быть базой для выбора педагогами ОУ своих педагогических целей, подцелей и задач,

13. быть базой для выбора или создания педагогами своих педагогических систем и их элементов,

14. быть многокомпонентной средой, в которой реализуется педагогами в ОУ учебно-воспитательный (педагогический) процесс, а учениками – процесс активного и\или пассивного восприятия знаний и доведения их до уровня навыков и привычек.

В состав компонент ОС мною включены:

- (1) уровень обученности учеников (т.е. их знания, умения, навыки);
- (2) прочие психологические свойства учеников, связанные с их обучением (обучаемость, воспитанность, воспитуемость, развитость, развиваемость, честность, дисциплинированность и др.), и некоторые их физиологические свойства (уровень соматического здоровья и созревания и др.);
- (3) социально-психологические и иные свойства коллектива учеников;
- (4) содержание каждой из преподаваемых дисциплин и их образовательных, воспитательных и развивающих программ;
- (5) свойства используемых педагогических инструментов – педагогических технологий, методик, методов, приёмов, форм (в частности, мотивации учеников и диагностического контроля – как за качеством достижения принятых педагогических целей, так и за эффективностью избранных педагогических инструментов);
- (6) свойства и количество используемых учебников, учебных пособий, обучающих компьютерных IT-систем и других ТСО;
- (7) свойства комплексных учебных планов в ОУ;
- (8) свойства условий обучения, воспитания и развития в ОУ (безопасности, гигиены, достаточного количества и качества необходимых помещений, их оборудования, режима работы педагогов и занятий учеников и др.);
- (9) свойства личности каждого педагога (главное – его желание и умение оптимально общаться с учениками, его нравственные и профессиональные качества), его здоровье, степень его педагогической загруженности, наличие у него личных проблем;
- (11) психологические (в частности, деловые) и иные свойства коллектива педагогов в ОУ;
- (12) свойства личности руководителя образовательного учреждения;
- (13) психологические (в частности, деловые) свойства всей администрации образовательного учреждения;
- (14) свойства условий труда и оплаты труда педагогов (особенно – размер оплаты по тарифной ставке (не менее 5 минимальных

- потребительских бюджетов!) и отсутствие задержек в оплате); льготы от властей педагогам (не менее, чем у госчиновников!);
- (15) моральные и материальные свойства семей учеников;
 - (16) моральные и материальные свойства круга досугового общения учеников;
 - (17) особенности учреждений дополнительного образования, воспитания, досуга и психологической помощи ученикам;
 - (18) явное наличие государственной идеологии, её нравственные и политико-экономические свойства, особенности её педагогического заказа;
 - (19) свойства законодательной власти страны (Госдумы, Совета Федерации, Президента, законодательных собраний субъектов РФ);
 - (20) свойства законов и подзаконных актов, касающихся педагогической сферы (в частности, по вопросам аттестации педагогических работников);
 - (21) свойства структур исполнительной власти страны (в частности – структур, управляющих образовательным учреждением на разных уровнях);
 - (22) воспитательно-обучающая роль СМИ и Интернет и качество их подконтрольности цензурным органам государства и опекунам учеников;
 - (23) потенциал нации (генетический, физиологический, культурный, ментальный).

Заметим, что значения всех компонент с 1 по 22 в значительной мере определяются значениями компоненты 23; значения компонент 18, 20, 22, 23 преимущественно определяются значениями компонент 19 и 21, а значения компонент 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 12, 13, 14, 15, 16, 17 в значительной мере определяются значениями компоненты 18.

Важным для этой ОС является квалифицированный и своевременный мониторинг каждой из компонент ОС в условиях современных российских ОУ. Как это делается сейчас на практике? Как это должно быть в идеале?

Литература:

1. Сергеев В.А. Верификация и кастинг данных, информации, знаний и их носителей в социуме. - Материалы 4-ой Международной научно-теоретической конференции «Коммуникативные стратегии информационного общества». - Санкт-Петербург, 2011, стр.137-145.
2. Сергеев В.А. Неомарксизм. – В сб.: Наука. Философия. Общество. Материалы V Российского философского конгресса, том 3, стр.140-141. – Новосибирск: Параллель, 2009. – 496 с.
3. Воронин Ю.А., Сергеев В.А. Описание геологических тел: итоги и перспективы (методология, основы теории, частные алгоритмы). - Отчет ВЦ СО АН СССР в 3 томах, Новосибирск, 1979. – 680 с.

4. Воронин Ю.А., Черемисина Е.Н. О базовых задачах искусственного интеллекта в мультидисциплинарных исследованиях. - Часть 1 – 234 с., 2001, часть 2, 176 с., 2002. - Новосибирск, изд-во ИВМиМГ СО РАН.
5. Сергеев В.А. Разработка теоретических вопросов и алгоритмов формального описания геологических объектов для решения задач прогнозирования и оценки с помощью ЭВМ. - Отчет ВЦ СО АН СССР, № гос. регистрации ГР8312514, инвентарный № Б986534.- Новосибирск, 1987. - 113 с.

Е.Ю. Сергеев

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ

Санкт-Петербург, РГПУ им. А.И. Герцена

В каждый период развития общества использовалась наиболее прогрессивная форма коммуникационного общения между людьми. Поэтому массовая коммуникация имеет прямое отношение ко всем проблемам общества и сама может рассматриваться как одна из важных глобальных проблем развития общественных отношений.

Историю коммуникаций можно рассматривать как историю развития технических средств общения. Печатные формы И. Гутенберга позволили выпускать печатную продукцию большими тиражами, что стало началом массовой коммуникации. Фиксация светописного изображения Л.Ж. Дагерром на твёрдом материальном носителе привела к созданию фотографии. А затем из множества быстро последовательно чередующихся фотографических кадров братья Луи и Огюст Люмьер изобрели и запатентовали аппарат – кинематограф - появилось кино как средство коммуникации. Изобретение А. Беллом телефона расширило устные коммуникационные формы общения, образовался интерактивный медиум. Создатели радио А. Попов и Г. Маркони способствовали активному переходу к массовому информационному обществу. Производство и просмотр телепередач стало важнейшей технологией социальной жизни благодаря создателям телевидения Б. Розинга и В. Зворыгина. Освоение и становление современного информационно-коммуникационного общества связано с развитием технических систем телевизионных коммуникаций и интернет коммуникаций. Интернет, как часть всемирной паутины глобального мирового пространства внёс свою лепту в комплексную информационную схему развития коммуникаций как сферы общения вне зависимости от расстояния, между коммуникантом и коммуникатором. Большое значение в последнее время, особенно среди молодёжной аудитории, уделяется аудиовизуальной форме общения, которое с успехом осуществляет интернет-телевидение.

Появились новые медиа, которые возникли в результате взаимодействия телевидения и интернета, информации социальных сетей и новостных агентств,

живого вещания и видео по запросу с установлением обратной связи со зрителями. Современное интернет-телевидение использует возможности традиционного ТВ и в тоже время, применяет и другие подходы к отбору и сортировке информации. От текстовой и графической информации пользователи постепенно перешли к мультимедиа контенту — музыке и видео. С дальнейшим развитием онлайн сервисов пользователи интернета получили оригинальный сервис — онлайн телевизионное вещание прямо на своём компьютере. Появилась такая форма массового общения как интерактивные видеослужбы. У молодёжной аудитории становится обычным явлением находить программы на планшете или смартфоне и использовать эти устройства для того, чтобы с наименьшими усилиями настраиваться на желаемую программу.

Российская компания MobiWorld Media (бренд SPBTV), провела опрос пользователей и установила, что время просмотра мобильного ТВ в среднем составляет около 30 минут. Основываясь на этих результатах исследования, можно сделать вывод, что мобильное ТВ превращается в удобное современное коммуникационное средство общения, способное заменить традиционный стационарный антенный телевизионный приёмник. Для современных пользователей мобильного ТВ важным является: способность работать в различных беспроводных Интернет-сетях; качество видео; наличие местных телеканалов и общее количество каналов; востребованный контент. Современное интернет-телевидение предоставляет все возможности традиционного ТВ, и в тоже время имеет свой, другой подход к отбору информации и таким образом превращается в более удобное и не раздражающее коммуникационное средство получения информации. Каждая телевизионная компания строит своё развитие в интернете с учётом своих интересов. К примеру, телекомпания НТВ Плюс ввела возможность подписки на определённые серии показов. Благодаря спонсорам, которые получают брендированную страницу, пользователи/зрители могут смотреть видео бесплатно, но, к сожалению, при низком качестве. Если у события слишком много платных пользователей, компания имеет возможность очень быстро привлечь партнеров и организовать дополнительные видеопотоки.

По прогнозам специалистов — в недалеком будущем онлайн ТВ способно почти полностью заменить собой эфирное ТВ. В целом, проведённые краткие исследования показывают, что стратегическое развитие коммуникаций отражает и сопровождает научно-технический и социальный прогресс человечества.

Примечания: в работе использованы материалы Интернет-журнала «ТелеМультиМедиа» за 2011-2012 гг.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

Киев, Национальный университет «Киево-Могилянская академия»

Современные проблемы в сфере исследований информационного пространства можно разделить на:

- проблема цивилизационного (ментального) «излома» - необходимости сохранения возможностей трансляции и непрерывного декодирования (по Р.Якобсону) информации между представителями разных поколений;
- проблемы личности, создающей своё собственное информационное поле (концепция Сусской О.А.);
- проблемы обмена информацией по каналам, предоставляемым новыми сетевыми технологиями, на фоне проблем смены собственно книжной (цивилизации Гуттенбергов) - цивилизацией электронной (экранной).

Основные идеи гносеологического плана состоят в том, что вышеуказанный «излом» не может происходить без реализации определенных социальных ожиданий от процессов технологизации и глобализации; в следствие которых изменились : 1) типы коммуникативного взаимодействия;

2) механизмы формирования информационного поля личности; 3) теоретико-методологические подходы. Последние менялись – от «онтологии коммуникаций» (которая включала анализ технологий, масштабы аудиторий, их потребности, технические возможности «новых медиа»), - к новой коммуникативной онтологии, которая предполагает изменения не только технологических механизмов формирования информационного поля личности, но также и методологические изменения, например, переход от макрокоммуникативного к микрокоммуникативному подходу, где на первый план выходит именно Получатель (потребитель информации), а не Коммуникатор, который ранее был однозначно доминирующей фигурой всего процесса. **Перестановка системно-смысловых позиций основных «акторов» (по выражению Ю.Хабермаса) коммуникативного взаимодействия составляет главенствующую коллизию современных изменений в изучении проблем информационного пространства.**

Это «ноосферное» по своей природе (по В.И.Вернадскому) пространство, где доминируют медиа, выделяется своим особым статусом коммуникативных взаимоотношений, где практически не разделяются интерперсональные и массовые интенции общения, а самым главным является существование и протекание коммуникации, как между людьми, так и между социальными организациями. Решающим признаком информационного пространства в пределах его реального существования являются: диалогичность коммуникативных взаимоотношений, равная возможность их установления и декларируемое (в т.ч. законодательно) отсутствие

социально установленных барьеров коммуникации. Для социокоммуникативного пространства, в отличие от информационного пространства, не существует понятие цензуры, ведь для информационного обмена не существует пределов, благодаря возможности перехода из одного уровня коммуникации на другой, так ограниченность или закрытость информации может дополняться слухами или распространением письменных сообщений (открыток, буклетов, информационных листов и бюллетеней, и т.д.). Особенности условия общения создают компьютерные сети, которые сочетают возможности как интерперсонального, так и социально ориентированного массового общения (термин, введенный А.А.Леонтьевым).

Современное общество было воспитано еще в "цивилизации Гуттенберга", т.к. большинство населения выросло в книжной среде. Однако "сетевая культура" привлекает к своему пространству все более широкий круг людей, не оставляя в стороне и социологов. Качественно новый аспект информатизации дает возможность получения виртуальных, однако максимально приближенных к реальным, данных об объекте. Мультимедийный компьютер предоставляет пользователю изображения, графическую и письменную информацию, звук, цвет, объем. Техника множественности окон позволяет представлять на экране многомерность объекта. Пользователь может создавать "виртуальный" образ самых сложных объектов, предельно воссоздавая реальность. Компьютерное гипер- и киберпространство, доступное пользователям благодаря экранам мониторов (интерфейсам), создает свои виртуальные миры. Способность странствовать по "виртуальному океану" зависит, в первую очередь, от конструкции, оптимизации, даже "исследовательских" качеств интерфейсов. Виртуализация компьютерного «сознания» создала принципиально новую ситуацию во многих сферах жизни. Системный подход, согласно которому отдельные составляющие общественного пространства и является в совокупности обществом, а виртуальная коммуникация благодаря системе сетей и делает возможной дистанционную связь между обществами и отдельными индивидами, достигая в этих сетях определенного единства.

В целом, как в социологии, так и в психологии, проблема личностной представленности (репрезентированности) в тех или иных сообществах, имеет междисциплинарный статус, может находиться в поле зрения как социальных, так и естественных наук. В нашем случае наиболее акцентируется изучение зависимости развития личности от возможности и типа репрезентации личностью определенной картины мира и своего образа в ней, того образа, какой присущий данной культуре, науке, социальному сообществу на определенном этапе их развития.

Виртуальное сознание не откликнется на привычные для природного человеческого сознания сигналы – в том числе словесные, оно создает свои «симулякры» (термин Ж.Бодрийяра), действующие и имеющие смысл только в мире гиперреальности. В действительности, как это ни парадоксально, в мире изображения господствует слово. каждое слово телеведущих, которые по большей части говорят, не задумываясь, не имея ни малейшего понятия о сложности и серьезности того, о чем они говорят и об ответственности, которую они несут за сказанное перед тысячами телезрителей, хотя они и

сами частые не понимают того, о чем они говорят. Подобная ситуация порождает следующий конструкт виртуального сознания: *псевдорепрезентацию*. По философским канонам природа этого явления такая же, как и у агностицизма. Виртуальное сознание поясняет и познает мир через образы и объекты созданные виртуальным же сознанием, а никак не методами познания материалистической диалектики. Это уже не жизненный мир, а мир виртуальный, и даже конструкты, созданные Э.Гуссерлем здесь не подходят. Ведь он создавал свои феноменологические постулаты, представляя жизненный мир реальной личности, как отражение материального, существующего в действительности, а не виртуального мира. В соответствии с философскими толкованиями, порождаемые этой своеобразной конфигурацией образов и сведений жизненные позиции людей, их убеждения, идеалы, принципы познания и деятельности, ценностные ориентации и духовные ориентиры и любые существенные изменения картины мира влекут за собой изменения в системах указанных элементов. В соответствии с этими особенностями преобразовывается и картина мира человека «экранной цивилизации»:

- полностью определяет специфический способ восприятия и интерпретации событий и явлений;

- является основой, фундаментом мировосприятия, опираясь на которая человек действует в мире;

- имеет исторически обусловленный характер, который допускает постоянные изменения картины мира всех ее субъектов.

- субъектами или носителями картины мира являются как отдельный человек, так и социальные или профессиональные группы, этнонациональные или религиозные общности.

В заключение необходимо подчеркнуть, что виртуальное сознание не включает в себя и *не продуцирует мировоззрение*, т.к. оно в нем не нуждается. Именно потому, что мировоззрение - концептуальная часть сознания, основные структурные элементы его представляют собой своеобразный «остов» картины мира - являются тем «остовом» фундаментальных знаний и представлений о мире в целом и его частях которые по воздействию информационного пространства меняются и определяют в конкретной ситуации те механизмы выбора типа поведения и мышления, какие могут и не осознаваться индивидом, но встроенные в его картину мира, они необходимы для интерпретации любой жизненной ситуации, для определения смысла бытия и для оценки того, что происходит. Другие, такие как добро и зло, отношение к жизни и смерти, к себе в мире, к другим людям и т. п. порождаются и осваиваются в процессе воспитания и развития.

ВУЗОВСКАЯ БИБЛИОТЕКА В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Тверской государственный технический университет

Современное гуманитарное знание рассматривает библиотеки как один из ключевых социальных институтов, без которого невозможно представить культурную жизнь общества. Хорошо изучены традиционные функции библиотеки: мемориальная, коммуникационная, информационная, образовательная и культурная. Под влиянием компьютерной революции они обогатились новым содержанием, изменились возможности для их реализации. В XXI веке на первый план вышли такие функции библиотечных учреждений, как коммуникативная и когнитивная, обеспечивающие возможность познавательного процесса, преемственность культурного развития и использование общественного культурного достояния человечества. Очевидно, что происходящие в современном обществе изменения приводят к трансформации социальных функций библиотеки.

Все это в полной мере касается вузовских библиотек, ориентированных, прежде всего, на самую креативную и восприимчивую к инновациям часть молодежи - студенчество.

Модернизация университетских библиотечных структур происходит в рамках обширного комплекса мероприятий по информатизации образовательного процесса в вузах. Отношение студентов к библиотечным структурам является своего рода индикатором успешности библиотечных инноваций.

В мае 2012 года в Твери было проведено прикладное социологическое исследование среди студентов Тверского государственного технического университета (ТвГТУ) на тему «Библиотека в жизни современных студентов». В рамках пилотажного исследования по репрезентативной выборке с помощью метода анкетирования было опрошено 100 человек. Были получены следующие результаты. На вопрос: «Пользуетесь ли Вы библиотекой?» 92% респондентов ответили «да». При этом девушки посещают библиотеку чаще, чем юноши (97,2% по сравнению с 80%). 40,6% студентов пользуются услугами Тверской областной универсальной научной библиотеки им. А. М. Горького, 39,1% посещают библиотеку Тверского государственного технического университета. Причем студенты технических специальностей отдают предпочтение библиотеке вуза (50%), а «гуманитарии» – региональной библиотеке (40,6%).

Более половины опрошенных студентов (61,5%) посещают библиотеку лишь несколько раз в год. На вопрос «Что влияет на посещение Вами библиотеки» немногим более половины респондентов ответили – «необходимость выполнения учебного задания» (59%). Для девушек важными факторами являются также расстояние до библиотеки (9,4%) и погодные условия (5,9%). В библиотеку

университета три четверти студентов обращаются с целью найти материал для учебы(73,5%), девушки - 79,8%, юноши - 58,2%. Многие юноши, прежде всего, обучающиеся на технических специальностях, предпочитают поработать в читальном зале с собственным материалом (35,3%). Нужные учебные материалы чуть более половины (51,6%) участников опроса ищут с помощью библиотекаря. В библиотеке студенты обращаются к учебной литературе (38,2%), журналам (16,2%), ресурсам Интернета (14,7%) и справочникам (14,2%). Студенты гуманитарных специальностей чаще используют журналы (19,6%), чем «технари» (9%), которым более необходимы справочники (25,8%), у «гуманитариев» справочниками интересуются только - 8,7%.

На вопрос: «Какими дополнительными услугами библиотеки ТвГТУ Вы пользуетесь или хотели бы воспользоваться в будущем?» 27% респондентов ответили, что сейчас «пользуются ксерокопированием материалов», 26,2% - готовы в будущем посещать в библиотеке какие-нибудь образовательные курсы. Подавляющее большинство студентов (90%) не испытывают никаких трудностей при поиске литературы в библиотеке ТвГТУ.

Таким образом, исследование показало, что современная библиотека находится как бы «на перепутье», с одной стороны в ее работе, по прежнему преобладают традиционные формы и методы работы с читателями, различные манипуляции с библиотечными документами на бумажных носителях, с другой стороны библиотечные учреждения активно осваивают технологии информационной эпохи, расширяют перечень предлагаемых студенчеству услуг. От того насколько оперативно библиотеки сможет трансформироваться с учетом реалий современного информационного общества и будет зависеть будущее этого древнейшего социокультурного института.

И.Г. Шестакова

ИНФОРМАЦИЯ КАК ФАКТОР КАЧЕСТВЕННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ СОЦИУМА

Санкт-Петербург, Национальный минерально-сырьевой университет «Горный»

“Я не думаю о будущем, оно слишком стремительно наступает”
Альберт Эйнштейн

Движение прогресса до середины XX века было разноплановым. Во второй половине XX века свое выражение получает тема научно-технической революции и её влияния на жизнь общества. Этому способствовали крупные научные открытия в области электроники, энергетики, биологии и прочее.

За последние десятилетия существенный прорыв наблюдается преимущественно в области информационных технологий. Однако, в конечном счете, эта область и

оказывается решающей. Развитие информационных технологий вызывает изменения во всех сферах, в том числе в жизни человека и общества. Но в XX веке никто не мог предвидеть, предугадать современного положения дел.

Значимость информации проявляла себя еще в эпоху древних государств, но только сегодня она стала способствовать тому, что мы называем научно-техническим прорывом. Развитие шло неравномерно. На прорыв в информационной сфере повлиял общий материальный прогресс.

Цепочку важнейших информационных прорывов, повлиявших на развитие социума и на становление человека как личности можно начать появлением речи. Это вывело человека на принципиально новую ступень развития. Именно в этот момент он вырвался из животного царства. Существует такая концепция, что из двух ветвей развития человечества: неандертальцы и кроманьонцы, кроманьонцы выжили только потому, что у них была речь, а неандертальцы погибли по причине отсутствия у них этого важнейшего инструмента передачи информации.

На современном этапе *инновационным моментом* явились современные формы коммуникативного воздействия. Так были созданы социальные сети: В контакте, Facebook, сервис, предоставляющий услуги видеохостинга – Youtube и др. Всё это стало причиной социальных изменений, дав возможность мгновенно объединить и поднять общество на восстание, что ранее требовало годы подготовки. Из истории мы помним, что декабристы готовили свое выступление против режима царя 10-ки лет, события же декабря 2011 в России когда на митинги протеста вышли десятки тысяч были подготовлены за несколько часов после призыва в интернете. Подобные примеры: Арабская весна, волнения сентября 2012 после выхода на сервисе Youtube скандального фильма «Невинность мусульман», который большинство бастующих не видели. К сожалению, доступность информации ведет к некритичности восприятия её качественной стороны.

Таким образом, события последних десятилетий доказывают, что именно прогресс в информационном поле является важнейшим фактором изменений социума.

В.И. Грачев

КОММУНИКАТИВНАЯ КАРТИНА СОВРЕМЕННОГО МИРА КУЛЬТУРЫ (ИНФОРМАЦИОННО-АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ)

Санкт-Петербург, ЛГУ им. А.С. Пушкина

Теория коммуникации – одна из ключевых научных теорий для осмысления всей человеческой культуры, ибо только в тесном взаимодействии или коммуникации людей возможно создание культурных ценностей, но как ни странно, именно эта сторона человеческой деятельности исследована, пожалуй, менее всего. В российском

научном сообществе пока также нет единого мнения о том, что такое теория коммуникации, и что должно быть предметом ее исследования. Существование разных трактовок в понятии «коммуникация», вероятно, связано с тем, что исследованиями в этой области занимаются разные специалисты, каждый из которых рассматривает проблему идентификации и экспликации научного понятия коммуникации применительно к своему роду деятельности. В этом согласимся с видным американским специалистом Р. Крейгом, выделяющим семь дисциплинарных подходов к теории коммуникации [22].

В американской и западноевропейской научной традиции уже с начала XX века сложилось четкое разделение коммуникативного цикла наук на два направления *коммуникология* и *коммуникативистика* и это во многом упорядочило изучение коммуникационных процессов и явлений в обществе. В среде российских учёных и специалистов также ясно проявляется тенденция выделять «коммуникологию» как фундаментальную теоретическую дисциплину, изучающую место коммуникации в обществе и закономерности коммуникационных процессов и «коммуникативистику» как прикладную дисциплину, исследующую функции, средства и эффекты массовых информационно-коммуникационных процессов в обществе [14]. На этом фоне парадоксально выглядит отсутствие институционально оформленного знания о коммуникационных процессах в виде специальной науки. Объект, предмет, теория, отрасль – есть, а науки нет. За формирование науки о коммуникации выступает ряд ведущих отечественных ученых, вкладывая при этом в ее предмет различное содержание. Такой наукой может стать коммуникология, которая, по мнению исследователей должна быть наукой о формировании и развитии коммуникации, её типах и видах, коммуникационных системах и их структурах, процессах, явлениях средствах, месте и роли различных типов и видов коммуникации в природе, культуре и обществе.

В последние годы в России также успешно развиваются коммуникативные специальности: public relations (PR) или связи с общественностью, реклама, лингвистика и межкультурная коммуникация, медиальные специальности. В ряде российских вузов созданы кафедры коммуникативного профиля. Поэтому весьма странно выглядит отсутствие в российском корпусе наук отдельной науки о коммуникационных процессах и явлениях в обществе и культуре.

Соответственно еще не разработана окончательно и типология коммуникации – используются различные дефиниции типов и видов коммуникации – вербальная и невербальная, массовая, социальная, социокультурная, художественная, межличностная, техническая, электронная, компьютерная, виртуальная, генетическая и даже трансцендентная. Такой полиструктурный и полимодальный объект как коммуникация в сфере культуры под силу изучать лишь специальной науке. Все это обуславливает необходимость поиска новой парадигмы и методологии исследования социокультурной коммуникации как самостоятельной области знания, а именно создания науки о социокультурных коммуникациях.

Социокультурная коммуникация, с этих позиций, рассматривается нами, как универсальная синергетическая система взаимодействия людей в социокультурном пространстве и времени, на основе коммуникативно-познавательного процесса создания, обмена, хранения и трансляции культурных ценностей, в их духовном и материальном воплощении, по различным коммуникационным каналам, в виде разнообразных текстов культуры, артефактов фиксирующих результаты человеческой деятельности, эстетический опыт, смыслы, ценности и идеалы человеческой жизни, а также информационных сообщений о них в современном социокультурном пространстве [5].

Вряд ли, объединяющей для изучения коммуникационных явлений и процессов в социально-культурной сфере могла бы стать какая-либо из уже сложившихся научных дисциплин или теорий, таких как – философия, социология и, даже, сравнительно недавно возникшая социальная культурология [6]. На эту же роль претендует культурная антропология в трактовке Э.А.Орловой [12,с.13]. Вместе с тем, как для социальной культурологии, так и для культурной антропологии коммуникативные явления и процессы не являются главным объектом исследования, а предмет их изучения далеко выходит за рамки коммуникативной парадигмы и объемлет собой самые разные аспекты культуры. Это позволяет рассматривать, как назревшую необходимость оформления разнообразных исследований по проблемам социокультурных коммуникаций в единую науку, которую можно назвать *«социокультурной коммуникологией»*. Предмет её исследования – структурно-функциональные и аксиогенные особенности формирования и развития системы коммуникаций в социокультурной сфере на основе изучения закономерностей, механизмов и создания условий оптимизации социокультурных процессов на разных уровнях и на базе жизнедеятельности различных социальных сообществ. Методологическая основа социокультурной коммуникологии может быть выстроена на исследованиях и трудах отечественных и зарубежных ученых в области информационной теории, теории коммуникаций, философии, социологии, культурологии и современных научных представлениях об информационно-коммуникационных аксиогенных процессах и явлениях в обществе и культуре или шире – в современном мире.

На этой методологической основе мной предлагается *концепция аксиологической коммуникологии культуры*, основу которой составляет коммуникативная парадигма формирования культуры, служащая информационно – аксиогенным полем, благодаря силовым линиям которого и могут рождаться культурные ценности и анти-ценности. Поскольку лишь в отношениях людей между собой, взаимодействия субъектов социально-коммуникативной деятельности и отношения их к предметам реальной действительности, существующим в природе, культуре и обществе формируются ценности как информационно – аксиогенная основа мира.

Необходимо подчеркнуть тесную связь человека с миром природы и культуры, невозможность познания этих миров без этой связи, т. е. о всеобщем характере

коммуникации, подчёркивая её креативную, аксиогенную функцию. Именно ценностный, созидательный характер коммуникации наиболее полно проявляется в социально-культурной сфере. Культурные ценности являются объектом многочисленных исследований в нашей стране и за рубежом. Активно изучаются философские и художественно-эстетические, экономические, этические их аспекты. Одним из мало изученных и недостаточно обоснованных методологически является коммуникативный аспект культурных ценностей, новые коммуникационные технологии, изменение коммуникационной деятельности как основы трансляции культурных ценностей в социальном пространстве, процессов передачи их во времени и пространстве. Именно с позиций *аксиологической коммуникологии культуры* попробуем взглянуть на коммуникационную картину мира современной культуры.

Научная, религиозная, художественная картины мира, всё чаще становятся самостоятельным предметом исследования [8,11].

Коммуникативная картина мира современной культуры не менее сложна, многогранна и противоречива поэтому и требует своего осмысления. Понятия «картина мира», «образ мира», «модели мира» весьма активно используются для объяснения процессов современного познания, в том числе и культурологического познания. Картины мира могут восприниматься в качестве системы координат, позволяющих определять основные направления жизнедеятельности человека, его важнейшие цели, определять отношение человека к миру.

В философии считается, что термин «картина мира» был введен Л. Витгенштейном [4]. Вряд ли возможно точно установить первенство в авторстве, да это и не моя задача. Важнее то, что Л.Витгенштейн показал, как человек осознает себя («существует для себя») потому, что вступает в сеть самых разнообразных связей с другими людьми. Он обозначил такую коммуникативную сеть как определенную картину мира или «форму жизни». Разработка понятия «картина мира» ещё ранее была осуществлена М. Вебером, поясняющим, что «не интересы (материальные и идеальные), не идеи — непосредственно господствуют над поведением человека, но «картины мира», создаваемые «идеями». М. Вебер выделил три способа отношения к «миру», заключающие в себе соответствующую установку, предопределяющую направленность жизнедеятельности людей. Первый из них определяется как приспособление к миру, второй — как бегство от мира, третий — как овладение миром [1]. Особым образом трактует картину мира М. Хайдеггер, полагая, что картина мира означает «не картину, изображающую мир, а мир, понятый в смысле такой картины»[20]. Картина мира - это атрибутивная позиция человека как индивида, личности. В ней оказываются взаимосвязаны сознательное и бессознательное, культурное и природное, рациональное и эмоциональное, индивидуальное и социальное. У каждого народа, этноса, социальной группы и индивида складывается собственная картина мира, сквозь призму которой и воспринимается реальный мир. Ценности при этом оказываются необходимым условием и одновременно результатом формирования картины мира. В картине мира

ценности могут быть представлены ценностными ориентациями, ценностями-нормами и ценностями-идеалами [8]. Картина мира может складываться из научного (парадигмального) и вненаучного (мифологического, религиозного, и художественного) знания. В картине мира может быть не одна, а одновременно несколько научных парадигм.

В культуре каждый её феномен приобретает ценностную составляющую не сам по себе, а во взаимосвязи с другими явлениями, в рамках определенной картины мира, поэтому ценности представляют собой необходимое условие и в то же время результат формирования картины мира культуры.

До недавнего времени наука о коммуникации, хотя и касалась частично ценностных проблем коммуникации, но всё же недостаточно сосредоточивалась на аксиогенной, семантической природе коммуникационных процессов и явлений в сфере культуры. За исключением известных работ А. Моля, У. Эко, Н. Лумана и ещё более ранних трудов Ч. Морриса коммуникация рассматривалась лишь как некий канал передачи информации и оценивалась по объему информационных сообщений, пропускаемых по данному каналу и скорости передачи этих сообщений без какой-либо оценки их содержания. Этот взгляд на бессодержательность коммуникации, а следовательно и игнорирование её ценностных аспектов утвердился во-многом благодаря математической теории информации К.Шеннона – У.Уивера, с её исключительно статистическим, количественным подходом. С формированием наук коммуникационного цикла в социокультурной сфере возникла объективная необходимость исследования содержательных, ценностных аспектов коммуникационных сообщений. Возникают концепции Г. Лассуэла, П. Лазарсфельда, Г.М. Маклюэна и других ученых. Но и в этих концепциях исследователи не рассматривали именно ценностную, аксиогенную природу коммуникации, то есть, порождающую ценности или анти-ценности. Пристальное внимание к семантической, смысловой стороне коммуникации возникает в рамках социокультурной парадигмы, связанной с работами на Западе – К. Леви-Стросса, Э. Лича, Н. Лумана, Ю. Хабермаса, К. Ясперса и ряда других, а в отечественной науке – с исследованиями М.М. Бахтина, В. Библера, М.С. Кагана, Ю.М.Лотмана, А.В.Соколова.

Это позволяет посмотреть на проблемы коммуникации не только с позиции научного знания, но увидеть в коммуникационных явлениях и процессах глубокий онтологический, бытийный смысл, основу мироздания, общества и культуры. Особый интерес в этом плане представляет аксиогенный, ценностный аспект коммуникаций в современной культуре.

Именно информационно-аксиологический подход к изучению феномена коммуникации и помогает наиболее полно решить эту задачу [5]. Разработанный *информационно-аксиологический анализ*, как теоретико-праксеологическая основа исследования формирования и функционирования социокультурной коммуникационной системы современной культуры позволяет:

1) теоретически обосновать и выдвинуть принципиально новую концепцию – аксиологической коммуникологии, состоящую в рассмотрении информационно-

коммуникационных процессов как основы формирования –информационно – аксиогенного пространства современной культуры и исследования социокультурной коммуникации как информационно-аксиогенного феномена в контексте современной культуры;

2) определить основные информационно-ценностные характеристики социокультурной коммуникации в современной культуре;

3) выявить социально-интеграционные и информационно-аксиогенные функции социокультурной коммуникации в современной сфере культуры включающие: аксиологически – ориентирующую, консолидирующую, интериоризирующую, инкультурирующую функции.

Междисциплинарный, многоаспектный, системный анализ феномена социокультурной коммуникации как объекта культурологии на основе предлагаемого принципиально нового информационно-аксиологического подхода и анализа информационно – коммуникационных процессов и явлений в пространстве современной российской культуры предоставляет новые исследовательские и практические возможности.

Культура и процессы человеческого взаимодействия коммуникативны по самой своей природе. Возникновение новых способов коммуникации обусловлено потребностями развития общества, новыми формами творчества и жизнедеятельности человека, создающимися на этой основе. Все это выступает причиной динамики содержания культуры, перехода к иной системе ценностей. Эти трансформации вызывают к жизни иные потребности в социальном и межличностном взаимодействии и тем самым влекут за собой формирование, развитие и смену способов, форм и содержательных аспектов коммуникации в современной культуре.

Один из ранних исследователей проблемы коммуникации в культуре Э.Сепир отмечает, что «любой культурный стереотип и любой единичный акт социального поведения эксплицитно или имплицитно включают коммуникацию в качестве составной части» [12, с. 210]. Близкие суждения высказывает американский эпистемолог Дж. Шира, считающий, что культура не может существовать без неких средств передачи мыслей и таким связующим звеном является коммуникация. «...Коммуникация связывает культуру в единое целое» [15,с.64]. Ю.М. Лотман отмечая коммуникативную природу культуры, подчеркивал, что «культура имеет, во-первых, коммуникационную, во-вторых, символическую природу...» [7,с. 6]. Н. Луман утверждал, что коммуникация удваивает реальность. [9].

Сам принцип формирования культуры невозможен вне коммуникации, а значит и вне социально-коммуникативной деятельности, под которой нами понимается деятельность по освоению и передаче культурных ценностей в хронотопной (пространственно-временной) системе координат. Следовательно, социально-коммуникативная деятельность может быть определена так же, как креативная, когнитивная и трансляционная сторона прямого и опосредованного взаимодействия людей с текстами культуры в социальном пространстве и времени. Объекты и артефакты культуры, выраженные в семантико-семиотической форме, и есть тексты

культуры, с которыми в том или ином плане взаимодействуют различные индивиды и социальные группы.

Коммуникация, в отличие от привычных представлений и большинства научных дефиниций, не просто канал обмена информацией или акт общения, а сложная полиструктурная и полифункциональная система, состоящая из ряда обязательных подсистем. Составляющие коммуникационной системы являются аксиогенными, то есть, порождающими ценности или анти-ценности. Коммуникация представляет собой аксиогенную, антропную; биологическую, физическую, техническую или иную искусственную систему на разных уровнях организации и развития материи, то есть систему атрибутивного уровня для обмена самой разнообразной информацией.

Феноменальную сторону коммуникации характеризуют информационные процессы, причём имеющие амбивалентный характер, то есть определяющие содержание и внутреннего и внешнего мира. Внутренняя или интрокоммуникация обуславливает творческие связи и порождение «ценностей-образов» как результата связи явлений и актов природы, человека, культуры и общества.

Приращение и обогащение культуры на основе информационного обмена – это познание, преобразование и оповещение мира о новых культурных ценностях, артефактах и текстах культуры, что делает коммуникации, в их внутреннем и внешнем проявлении, совершенно необходимыми для формирования и развития современной картины мира культуры.

Сегодня, пожалуй, трудно назвать понятие, которое было бы столь неопределённым в современной науке как «информация». Несмотря на многочисленные попытки ученых разных стран и специальностей, до сих пор не выработано единой общепризнанной дефиниции этой фундаментальной категории. Это особенно убедительно и аргументированно обосновано в фундаментальной и несколько парадоксальной работе А.В. Соколова с соответствующем этому названием «Философия информации»: профессионально-мировоззренческое учебное пособие [17]. Причина кроется, вероятно, именно в фундаментальности, многоаспектности, полимодальности, полиструктурности и полифункциональности самого феномена информации. Хотя информация и приобрела статус общенаучной категории, каждая наука стремится дать ей своё профильное определение и в этом заключается, на мой взгляд, основная методологическая трудность и ошибка подобных подходов.

«Информация есть информация, а не материя и не энергия...», так несколько иронично и парадоксально писал Н. Винер в 1948 году. [2, с.201]. Впоследствии он дал более развернутое и научное определение: «Информация – это обозначение содержания, полученного из внешнего мира в процессе нашего приспособления к нему и приспособления к нему наших чувств» [3, с.19], не очень-то приблизив нас к ускользающей сути этого до сих пор неясного понятия. Так, что же такое информация? Не берусь ответить на этот ставший уже почти вечным вопрос и отсылаю к уже названной ранее книге А.В. Соколова «Философия информации», хотя и в ней, разумеется, нет однозначного ответа. Важно нам только утвердиться, в том, что это некая аксиогенная сущность, способная в процессе коммуницирования

порождать культурные ценности или уже обладающая ценностью. Ещё надо условиться, что под социальной информацией понимается не общенаучная категория, не научная абстракция, а так называемое «информационное сообщение», то есть некий смысл, содержание, логически структурированные сведения о каком-либо предмете или явлении реальной действительности, закрепленные на материальных носителях любой физической природы. Это позволяет говорить о тезаурусах отдельных индивидов, различных социальных групп и общества в целом, о возможности хранить, накапливать, осваивать и транслировать в социальном времени и пространстве информационные ресурсы. Составляя основное содержание коммуникации, информация неотделима от неё и, следовательно, выступает как некий атрибут коммуникации, обладая фундаментальным свойством – ценностью. Следовательно, не только информация, но и коммуникация всегда аксиогенна. Вместе с тем, коммуникационная система, поскольку она аксиогенна и информационна, то несомненно и культурогенна, как система, порождающая культурные ценности и анти – ценности, осваивающая, определяющая, отбирающая и транслирующая их в обществе. Коммуникационная система, с этих позиций – это социокультурная система. Таким образом, можно сказать – коммуникация в сфере культуры всегда ценностно ориентирована. Подтверждением этой мысли представляются глубокие суждения об оценочном понимании культуры Э.В.Соколова, который прямо заявлял, что следует отвергнуть категорическое деление человеческих поступков на «культурные» и «некультурные» – и что особенно важно, отождествление культуры исключительно с ценностями. Исходя из этого – не все, созданное человеком – ценности, есть и анти-ценности [19]. В то же время необходимо отметить, что все явления культуры становятся и должны быть объектом социально-культурной деятельности и информационно – аксиологического анализа.

Важно подчеркнуть, что коммуникация – отнюдь не только природное, но и социальное явление. В природе есть свои системы связи и обмена информацией. Все эти проблемы интенсивно изучаются, хотя до сих пор остаются не вполне ясными, но силовое поле коммуникации распространяется не только на природный и социальный мир, но и мир культуры, как особый мир, создавая своими средствами его неповторимую информационно - коммуникационную аксиогенную картину.

Примечания:

1. Вебер М. Избранные произведения. - М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
2. Винер Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и машине. М.: Наука, 1968. - 340 с.
3. Винер Н. Кибернетика и общество. М.: Прогресс, 1958. - 246 с.
4. Витгенштейн Л. Логико – философский трактат. – М.: Наука, 1958. – 376с.
5. Грачев В.И. Коммуникации-Ценности-Культура (опыт информационно-аксиологического анализа). Монография. - СПб. Астерион, 2006. - 248 с.
6. Ерасов Б.С. Социальная культурология. В 2-ч. «Аспект Пресс», 1994.
7. Лотман Ю.М. Культура и взрыв. М., 1992. - .246 с.
8. Лукьянов В.Г. Ценности и картина мира личности. //Актуальные проблемы гуманитарной культуры: Ученые записки факультета культуры. Вып.1. -СПб.: СПбГУП, 1999. -С.77- 79.

9. Луман Н., Что такое коммуникация //Социологический журнал. - 1995. - №3. - С. 9-17.
10. Моль А. Социодинамика культуры. - М.: Прогресс, 1973. - 406 с.
11. Маслобоева О.Д. Теоретико-методологический потенциал российского органицизма и космизма в контексте современной научной картины мира.//Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина Науч. журн.- № 4 Т.2 Философия. – СПб., 2011. – С. 255 – 262.
12. Орлова Э.А. Введение в социальную и культурную антропологию. - М.: Изд-во МГИК, 1994.
13. Ортега-и-Гассет Х.«Дегуманизация искусства» и другие работы. Эссе о литературе и искусстве. - М.: Радуга, 1991.- 639 с.
14. Основы теории коммуникации: Учебник/Под ред. М.А.Василика. М.:Гардарика,2003.- 615 с.
15. Руднев В.П. Словарь культуры XX века. - М.: Аграф, 1997. - 384 с.
16. Сепир Э. Избранные произведения по языкознанию. - М.: Прогресс,1993. – 665 с.
17. Соколов А.В. Феномен социально-культурной деятельности. - СПб.: СПбГУП, 2003. - 204 с.
18. Соколов А.В.Философия информации:профессионально-мировоззренческое учебное пособие.-СПб.:СПбГУКИ,2010.-368 с.
19. Соколов Э. В. Понятие, сущность и основные функции культуры. - Л.: ЛГИК, 1989. – 92 с. .
20. Хайдеггер М. Время и бытие. М.: Республика, 1993. 447с.
21. Шира Д. Введение в библиотековедение. - М.: Прогресс, 1975. – 285 с.
22. Craig, Robert T. Communication Theory as a Field. Communication Theory.// A Journal of the International Communication Association. - 1999 . - Vol. 9. - pp. 119– 161.
23. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. - СПб.: Петрополис,1998.

ИННОВАЦИИ И ОБРАЗОВАНИЕ: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

И.Б. Антонова

РОЛЬ И МЕСТО РИТОРИКИ В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОСТИ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

Москва, Российский государственный гуманитарный университет

С появлением во второй половине XX века направления неориторике сам термин «риторика», помимо традиционно узкого смысла (риторика – дисциплина, изучающая ораторское искусство), приобрел более широкую трактовку, при которой «объектом риторики становятся любые разновидности *речевой коммуникации*, рассматриваемые через призму осуществления заранее выбираемого воздействия на получателя сообщения». (Эффективная коммуникация: история, теория, практика: Словарь-справочник. – М.: ООО «Агентство КРПА Олимп», 2005, стр. 473).

Связь риторики и коммуникации становится еще более очевидной в трактовке ряда специалистов в области речевых практик, определяющих риторику как *коммуникацию*, которая непременно обращена к аудитории и касается разрешения спорных вопросов методом убеждения. Таким образом, в свернутом виде современную риторику называют *наукой об убеждающей коммуникации*, в процессе которой она апеллирует не столько к общепринятым суждениям о законах речевой коммуникации (один из которых гласит: построение убеждающей речи возможно лишь при наличии в ней пропорционального соотношения пафоса и логоса), сколько выявляет ее глубинные парадоксы и асимметрии.

Несмотря на множественность и очевидную неоднозначность трактовок и определений, риторика, тем не менее, рассматривается как одна из самых востребованных и актуальных служб, предоставляющих участникам коммуникации

целый набор риторических схем, на основании которых возможно выстраивание любого общественно значимого дискурса. При этом в современном своем состоянии риторика имеет неоправданно мало каналов воздействия на социальную практику, а «риторический» метатекст интересен и востребован, скорее, в академической, а не в общественно политической среде. Причины подобного положения вещей рассматриваются автором доклада применительно к российской действительности и затрагивают образовательный, политический, кросскультурный и лингвострановедческий аспекты исследования.

М.С. Арканникова

ТРАНСФОРМАЦИЯ ИМИДЖА СОВРЕМЕННОГО ИНЖЕНЕРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: ИМПЕРАТИВ ОЖИДАНИЙ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Проблема девальвации имиджа современного инженера приобрела особую актуальность для российской национальной экономики ещё с конца XX столетия. Изменение вектора приоритетов в профильной подготовке в сторону гуманитарных дисциплин начала 90-х гг. в России фактически спровоцировало потерю преимущества научных технических школ, отсутствие сегодня профессорско-преподавательского состава среднего возраста в высшей школе. С другой стороны – российский инженерный корпус, обладающий глубокими потенциалом и традициями инженерного изобретательства, но не востребованный страной в то время оторвался от основного поставщика инженерных задач – рынка. В начале 80-х гг. СССР производил до половины открытий и изобретений мира, подавляющее число которых не имело спроса у промышленности страны. Смысл популярного в те годы советского эквивалента понятия инновирования «внедрение» говорит сам за себя. По многим критериям СССР в 80-е гг. мог бы стать независимым, самодостаточным инновационным полюсом мира, но для этого не хватило стратегического понимания возможностей инновационной экономики различными элитными группами страны, прежде всего политическими.

Не секрет, что в обновленной России сегодня объективно возникает спрос на инженерные конкурентоспособные кадры. Они нужны уже действующему пока в ограниченном количестве инновационному сектору российской экономики, они необходимы для кадрового обеспечения федеральных программ инновационного развития, впервые утвержденных правительством Российской Федерации ещё в 2002 году. Однако, укрепившиеся в общественном сознании представление об инженере как о среднестатистическом работнике конструкторского бюро с девяти до шести склонившегося над кульманом и ловко применяющего логарифмическую линейку для выполнения алгебраических операций диктует сегодня абитуриенту делать выбор в

сфере гуманитарных профессий. Например, согласно конкурса в Санкт-Петербургский государственный политехнический университет, минимальный рейтинг при зачислении на 1-й курс в 2011 году демонстрирует следующие характерные для всего политехнического образования в России тенденции (См. Политехник. 2012. №1-2. С. 8, в открытом доступе: http://www.spbstu.ru/publications/polytecnic/issue2012_01-02/politex_2012_01-02.pdf):

Факультет технологии и исследования материалов (ФТиМ)	2,18	Факультет иностранный языков (ФИЯ)	50,83
Физико-технический факультет (ФТФ)	2,24	Гуманитарный факультет (ГФ)	35,71
Физико-механический факультет (ФМФ)	2,28	Юридический факультет (ЮФ)	31,50
Факультет робототехники и технической кибернетики при ЦНИИ(ЦНИИ РТК)	2,56		
Механико-машиностроительный факультет (ММФ)	3,23		
Инженерно-строительный факультет (ИСФ)	5,2		

Профессия инженера, и тем более академическая и научная профильная деятельность не имеют в нашей стране того престижа, что в Европе. В результате лучшие молодые таланты обычно не выбирают для себя данную профессиональную и научную карьеру.

Есть ли будущее у российского инженерного образования? Сохранит ли Россия лидирующие позиции в промышленности? – это перечень тех вопросов, которые обозначила сегодня де-факто национальная экономика, и адресовала их, прежде всего, к представителям научного сообщества, руководству высших учебных заведений технического профиля. Конкуренция заставляет пристальней присмотреться к роли инженеров в России и понять, почему их переманивают иностранцы, знающие ценность русской инженерной школы. Красноречиво в этой связи звучат слова политика, экономиста, выпускника французской Политехнической Школы Жака Аттали, предложившего в качестве первоочередной меры борьбы с экономическим кризисом «восстановление высокого статуса инженеров и ученых и возврат ремесла банкира на заслуженное скромное место».

На наш взгляд, наряду с развитием усиленной подготовки по математике и естественным наукам в средней школе и интенсификации фундаментальной подготовки в университетах важная роль в исправлении сложившейся ситуации проявляется в формировании позитивной репутации и имиджа инженерного образования средствами PR. Понимание сущности имидж-системы инженерного образования и стратегий его эффективного PR-сопровождения должно быть отражено в Уставах профильных высших учебных заведений. Реализация указанных действий должна стать основным направлением (с обязательным его присутствием в

должностных инструкциях) в работе руководителей структурных подразделений вузов –пресс-служб.

Быстрота реакции на технологические вызовы, скорость и качество решения задач на мировом уровне начинают резко менять характер инженерного образования, требуя, чтобы современный инженер владел гораздо более широким спектром ключевых компетенций, стал не только «основным генератором инноваций», но одновременно и исследователем, и организатором работы «команды» (менеджером), и, наконец, руководителем. Всё это требует от профильных специалистов разработки имидж-системы политехнического вуза. В том числе, современные компетенции профильного образования диктуют разработку специальных тактик его PR-сопровождения.

Сегодня инженер – это глобальный инноватор, лидер, участник мультидисциплинарной команды высококвалифицированных специалистов, создающей концепции, алгоритмы, технологии и инновации, разрабатывающей автомобили премиум-класса BMW, гражданские самолеты Boeing 787 Dreamliner, микропроцессоры Intel, запускающей Google и Facebook. Инженер – ключевая фигура во многих областях, от банковской сферы до медицины, от создания наноструктурированных материалов, современных конструкций до исследования проблем глобального потепления. И, главное, что все это заложено в концепцию классического российского инженерного образования, давшего миру огромное количество великих ученых и открытий. Возникает вопрос: откуда появиться «герою нашего времени» если ориентиров перед глазами нет?

Однако согласно мониторинга, только 65,5% технических вузов РФ имеют собственные структурные подразделения по связям с общественностью. Многие из которых выполняют функции информационного центра, что неоправданно «сужает» их профильные обязанности.

Наряду с этим, следует констатировать, что в отечественной научной литературе существуют работы, в которых PR-технологии в сфере высшего образования выступают объектом изучения. Это находит подтверждение в работах следующих авторов В.Н. Щетинина, Е.Н. Попова, А.Н. Панкрутина, М.Б. Горскиной, А.А. Мамонтова, И.Б. Манн, Ю.В. Меркурьева. Однако, специфика профессионального имиджа инженера и других смежных профессий, формируемая средствами PR находится на периферии «исследовательского поля» российских учёных.

Вместе с тем, актуальность исследования имиджа современного инженерного образования обусловлены трансформацией образовательного взаимодействия в высшей школе: в современной экономике меняются требования к содержанию и форме ролевой презентации профессорско-преподавательского состава вуза. Эти требования составляют ещё один императив трансформации, воспринимаемый как сигнал к изменениям всеми акторами образовательного взаимодействия – и педагогами и студентами. Характер реагирования на эти требования находится в содержательной части имидж-системы современного инженерного образования в России, требующий управленческих решений и научной рефлексии.

ДИАЛОГ КАК ЦЕННОСТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ПРЕДМЕТ ЭСТЕТИКИ ОБРАЗОВАНИЯ

Новокузнецк, Кузбасская государственная педагогическая академия

В образовании ни ценности, ни коммуникация, – взятые по отдельности, сами по себе или вместе, совокупно, - не выступают ни самоцелью, ни средством для чего-либо, - а представляют собой сложное единство «ценностной коммуникации» и «ценностного образования», объединенных вокруг «ценностного времени» личности [1]. В школьных же практиках коммуникации стороны этого единства часто выступают в отрыве друг от друга, а «ценностное время» вообще сбрасывается со счетов. Как следствие, постоянно, но не всегда оправданно, возникают и закрепляются тенденции: с одной стороны, субъективизации понимания ценностей, которая как будто бы помогает индивидуализировать образовательные процедуры, - а на деле всего лишь сводит ценностный мир человека, ребенка, к абсолютной «презумпции» простейшего субъективного выбора (по типу появившегося с распространением цифровых технологий «ценностного» выбора, количественно выражаемого терминами «трафик», «лайк» и т.п. в Интернете). С другой - самоцельность «коммуникации», почти полностью индифферентной к объективному содержанию, приводящей к пониманию коммуникативности только лишь как цепочки «субъект-субъектных» взаимодействий (но не как «интерсубъективности», не как «со-бытийности», и уж, само собой, – вне всякой укорененности присутствующих в коммуникации ценностей «в беспредельной объективной диалектике»).

Для сферы образования дело, однако, заключается в том, чтобы вместе с определением значения ценностей в процессе образования как целом, интерпретировать их реальную роль в непосредственной персональной адресованности образования - личности ребенка, и, соответственно, поддержать тот уровень коммуникации, при котором она, не утрачивая своей подлинности и «антропологического» значения, сохраняет содержание объективно значимых ценностей в неусеченном, - полносмысловом виде и объеме. Речь идет, таким образом, о подлинности «ценностной коммуникации» в образовании.

«Ценностная коммуникация» в образовании выступает в виде а) привычной схемы «приобщения ребенка к ценностям культуры»; б) «обратной» схемы *приобщения*, когда «единство культуры» *приобщается* «единству личности» (М. М. Бахтин). Этот второй смысл требует и особой теории, и адекватной культуре детства стратегии, способной поддержать образовательную коммуникацию как «ценностную коммуникацию». В роли такой теории (и одновременно стратегии) и выступает эстетика: и как «ценностная наука», и как наука, рождаемая теорией диалога,

современной бахтинистикой («бахтинологией»). По мере распространения культууроориентированных проектов школы этот второй «вариант» эстетики особенно востребован в качестве общей стратегии. Его мы называем «эстетикой образования». Институциональное присутствие такой эстетики в школьных проектах осуществляется по модели «эстетической парадигмы образования» [2].

В эстетике образования как широкой коммуникативной стратегии в качестве объективно-субъективной характеристики диалоговой коммуникации рассматривается «понимание». Благодаря этому время становления (взросления, возрастания) в образовании (в том числе, в рамках соответствующих образовательных институций) остается «ценностным временем», позволяет сохранять время личного становления как «ценностное время» [1].

Там, где речь идет о «времени», - там раскрывается и смысл того, о чем М. М. Бахтин говорил как о «поступлении всею жизнью». Точка возрастания и становления ребенка – поступок открытия ребенком «мира впервые» (В.С. Библер). В «акте» понимания (развертывающегося во «времени своей жизни») субъекты диалога предстают друг перед другом целыми ценностными мирами, организованными персональным временем их жизни (отсюда понятно и выражение «дать понимаемому участвовать в твоей жизни», как сказал где-то Мамардашвили). Диалог и совершается как раскрытие этих миров в «ценностном времени»: не только в абстрактном смысле, как любое меж-субъектное отношение (порой лишь вынужденное, лишь условно «общительное» и ничего не значащее в плане действительного становления), - но и как отношение смыслопорождающее и культурупорождающее, - отвечающее «беспредельной объективной диалектике» появлением новых смыслов культуры и жизни. «Понимание», как многогранный элемент этого вида коммуникации, как элемент подлинной коммуникации, состоит в перерастании субъектами диалога рамок чисто субъективных, сиюминутно значимых взаимодействий (в том числе, и рамок языковой «интерпретации текста», погружающей человека в неисчерпаемый мир субъективных смыслов, знаков, оттенков психологии межличностных отношений и т.д., – без всякой апелляции к их объективным значениям, смыслам и ценностям актуальной культуры).

В условиях школы, понимание как составная часть образовательной коммуникации, несущая в себе временные характеристики, через них связанная с объективным содержанием диалога, - разворачивается в двух параллельных временных потоках. Из них один представляет единство объективных временных характеристик, ценностного времени культуры – и ценностного времени личности. Он и организует: а) элементы того диалога, который открывает путь к новым мирам смыслов и ценностей культуры; б) мир «поступления всею жизнью», в котором личность владеет своим ценностным временем (временем культуры). Второй поток – целиком жестко хронометрирован и регламентирован, причем, жесткость эта носит и необходимый характер (заставляя учителя вечно решать проблему ее смягчения). Хотя, если в официальных рамках школы хронометрирование начинают выдавать за «объективные условия», то этот второй поток начинает занимать не свое место,

подавляя «ценностное время» и личности, и школы, - выступая мощным ограничителем первого временного потока (собственно «ценностного времени»). Тем не менее, даже и в этом негативном смысле, этот регламентированный, не истинно «ценностный» временной поток может работать на «понимание» (хотя в этом случае понимание, конечно, обедняется, может оставаться чисто «техническим», превращаться в «объект» применения так называемых «образовательных технологий», разного рода педагогического манипулирования и т.д.). Так или иначе, но оба временных потока в условиях школы участвуют в расширении «ценностного времени» личности и трудно бывает сказать, какой из них более значим в получении искомого педагогом результата.

К сожалению, и сегодня, как правило, основой школьной повседневности продолжает оставаться именно это «не ценностное» время. Пространство школьной повседневности рискует остаться не заполненным ни знанием, ни общением, - не давая учащемуся никакой серьезной возможности развиваться, делая из учебы какую-то парадоксально необязательную повинность для ребенка, его родителей и учителей. Именно с этим, на наш взгляд, связано то множество довольно справедливых упреков современных молодых людей – школе и вузу, с которым, увы, все чаще приходится сталкиваться. Правда, и «бегство» их в Интернет, в надежде там самостоятельно достичь истинной образованности, сделать правильный выбор того, чему необходимо научиться, - совсем не гарантия успеха в борьбе личности за свое личное «ценностное» - «образующее» - время.

При этом, по форме - понимание остается субъективным коммуникативным отношением. И именно таким, которое несет в себе смысл «приобщения ребенка к ценностям», не меньше, чем смысл «обратной» формулы, или как говорит М. М. Бахтин: «единство культуры – приобщается единству личности». Именно в силу такой двойной формулы приобщения диалог с ребенком в условиях школы – есть «захваченность» коммуникацией, в отличие: и от искусственно организованной игры в диалог и коммуникацию, и от многообразных неистинных форм усвоения подлинных ценностей культуры. Двойная формула «приобщения» есть также и «захваченность» личности ценностным содержанием, и открытость личности «ценностному времени». Понимание как элемент диалоговой коммуникации позволяет вывести личное ценностное время в большое историческое время культуры (без чего невозможно становление личности). С этой точки зрения завоевание и ребенком, и учителем «ценностного времени» культуры – задача ничуть не менее понятная и обязательная, чем «научение», «воспитание», «социализация» и т.д. Помимо того, что это абсолютно актуальная задача (условиями жизни люди выталкиваются в пространство «без времени», в пространство абсолютно однообразного каждодневного существования, так что для сохранения себя, своей самоидентификации, *необходимо* сопротивляться этому), - она носит еще и глубоко творческий характер (как задача заинтересованного, неравнодушного восприятия-отклика традиций, норм, ценностей, языков культуры, и т.д.).

В этом смысле, сколько бы ни говорили о том, что гуманитарное знание и идея культуры переживают кризис, вряд ли стоит предаваться грустной мысли об имеющем место упрощении коммуникации, и вообще, «упрощении субъектами восприятия друг друга», как и об «утрате интереса к наследию М.М. Бахтина» («с Бахтиным стало как бы нечего делать, и это породило в последние годы почти фронтальную реакцию отторжения», - пишет В. Л. Махлин, оценивая состояние изучения наследия М.М. Бахтина [3]). Культура детства, помещенная в условия образовательных институций, требует адекватных (своей сути, своему развитию и своим потребностям) образовательных форм, а с ними и адекватных форм коммуникации. Эстетика как «ценностная наука», делая своим предметом «диалоговую коммуникацию», утверждая ее как коммуникацию «ценностную», выступая в виде «эстетики образования», - проявляет себя одной из тех практически значимых коммуникативных стратегий, от реализации которых зависит построение действующих моделей «ценностной коммуникации» в школе.

Литература:

1. К.А. Абульханова, Т.Н. Березина. Время личности и время жизни. – СПб.: Алетейя, 2001. – 304 с.
2. И. В. Сазина. Эстетическая парадигма образования. – Саратов: Научная книга, 2009. – 233 с.
3. В. Л. Махлин. Отражение отражения (попытка комментировать) // Вопросы философии, № 1, 2012. С. 161 – 165.

Е.Н. Болотникова

РЕФОРМА ОБРАЗОВАНИЯ В ПЕРСПЕКТИВЕ ЗАБОТЫ О СЕБЕ

Самара, ИУТАР, Самарская ГСХА

Со времен Сократа *epimeleia heautou* или забота о себе считается способом образования человека. Через ее механизмы человек формируется как нечто, отличающееся от «двуногого животного без перьев». Среди философов XX века к заботе о себе обращается Хайдеггер М., для которого она есть фундаментальная онтологическая особенность бытия *Dasein* [См.1, С.12]. Иное, онтическое измерение заботы о себе дает в «Использовании удовольствий», лекциях и интервью М.Фуко. Содержательно раскрывает это понятие Лехциер В.Л., утверждая, что механизм заботы о себе предполагает троякий тип действия человека с самим собой, а именно экзистирование, экзегетику и легитимацию. Эти процедуры формирования субъективности особенно впечатляюще выглядят на примере философского образования. [См.2. С.51-66]. Думается, что все социальные институты работают на созидание человеческого в человеке, но образование является и этимологически, и фактически специально для этого сформированным институтом.

Последние двадцать лет система образования в России находится в непрекращающемся состоянии реформ, которые осуществляются в режиме деструкция – реконструкция. Что преобразуется? Индивидуальные образовательные траектории, существовавшие раньше как эксклюзив, сегодня переходят в разряд правила; техническое устройство учебных аудиторий и мест практики предполагает индивидуальную, точечную работу с учебными материалами и заданиями; срок обучения и порядок прохождения аттестации предлагает значительно больше разнообразия, чем два вопроса в экзамене (тест, рефераты, десятки вопросов ЕГЭ etc...); тип отношений в образовательном пространстве – партнерство, а не менторство; финансирование осуществляется вслед за конкретным обучающимся, а не по общим меркам целесообразности и политической конъюнктуры. Все это показывает деструкцию прежних технологий, методов и механизмов образовательной деятельности.

Чем обоснована подобная деструкция? Под какими знаменами она свершается? Публичное обоснование реформ образования в абстрактном отношении связано с требованиями адекватности времени, а конкретизируется оно через реализацию запроса общества на то, чтобы выпускник учебного заведения был готов к активной социальной деятельности, трудоспособен и компетентен в избранной им области знания. Он должен быть способен эффективно функционировать в условиях текучей, изменчивой социальной реальности, должен быть гибким и одновременно стабильно развивающимся субъектом. Фундаментом такого востребованного обществом субъекта должна служить устойчивая система нравственных ценностей. Другими словами реконструкции подлежат традиционные моральные ориентиры, включающие справедливость, терпимость, толерантность, патриотизм, милосердие (список не полон).

Движение в режиме деструкция – реконструкция осуществляется в поле онтического, выражено в конкретном сущем, в фактах. Это движение предстает как результат различия, тогда как согласно Деррида Ж. различие является условием, самой возможностью функционирования различия. Онтическое осуществляется не в отрыве от онтологического, а в неразрывной связи с ним. На наш взгляд, различие в перспективе современных реформ образования вскрывает социальный институт образования как институт заботы о себе.

Конститутивными элементами заботы о себе согласно М.Фуко являются этическая субстанция, модус подчинения, аскетические практики и телос. Актуальное прочтение заботы о себе в отношении реформ образования видится так: на место этической субстанции коллективного «мы» встает пространство способностей и всякого рода готовностей индивида к функционированию в быстро меняющемся мире. От тотального жесткого контроля модус подчинения смещается в пользу тотальной и одновременно расслабляющей, всепроникающей биовласти, посредником в которой становится глазок видеокамер. Аскетические практики предполагают отказ от чего-либо. Современное образование обучает отказу от избыточных трат, а определение достаточности / избыточности проходит по границе

функциональной принадлежности. Соответственно, оно занято выработкой навыков мгновенного определения полезности, и таким образом формирует индивидуальные совокупности аскетических практик, задавая их направления и профили (праздное любопытство сегодня никому не позволительная роскошь). В качестве телоса институт образования ориентирует индивида на самостоятельность, а следовательно свободу и ответственность.

Таким образом, забота о себе обнаруживается как условие возможности существования образования в экзистенциальной перспективе. Апелляция к ней позволяет образованию как социальному институту стать адекватным времени и текучему социальному пространству. Принадлежащая миру онтологического, забота о себе в условиях радикальных реформ поля онтического выступает как скреп, как сваи удерживающие в единстве экзистенцию и социальные институции.

Примечания:

1. Хайдеггер М. Бытие и время.- М., 1997.
2. Лехциер В.Л. Забота о себе и проблема философского образования / Идея университета и топос мысли. – Самара: Изд-во «Самарский университет», 2005. – 292с. С.51-66.

Н.В. Даниелян

ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Москва, Национальный исследовательский университет “МИЭТ”

“Информационное общество” - это цивилизация, в основе развития и существования которой лежит особая нематериальная субстанция, условно именуемая информацией, обладающая свойством взаимодействия как с духовным, так и с материальным миром человека. С одной стороны, информация формирует материальную среду жизни человека, выступая в роли инновационных технологий, компьютерных программ, телекоммуникационных протоколов и т.п., а с другой - служит основным средством межличностных взаимоотношений, постоянно возникая, видоизменяясь и трансформируясь в процессе перехода от одного человека к другому. Таким образом, информация одновременно определяет и социокультурную жизнь человека, и его материальное бытие. Следовательно, “информационное общество” подразумевает в своем основании постоянное взаимодействие с культурой.

Прежде всего, следует отметить, что в связи с наступлением “информационного века”, основной задачей становится максимально ускорить и упростить передачу информации между людьми и повысить ее “усвояемость”. Именно поэтому информация стандартизируется и классифицируется для того, чтобы как можно сильнее ускорить процесс обработки информационного потока. Этот процесс

воздействует на культуру двояко: с одной стороны, максимально сближаются духовная и материальная стороны жизни человека, ибо в культуре необходимым образом присутствует подвергающийся вышеописанным трансформациям информационный элемент, а с другой стороны, происходит резкое разграничение эмоционального и информационного аспектов культуры.

Возникает такое понятие, как информационная культура общества, под которой понимают способность общества эффективно использовать имеющиеся в его распоряжении информационные ресурсы и средства информационных коммуникаций, а также применение для этих целей передовых достижений в области развития средств информатизации и информационных технологий.

Информационная культура общества непосредственно зависит от важнейших характеристик развития самого общества и поэтому может служить интегральным показателем уровня этого развития. По сравнению с индустриальным обществом, где все направлено на производство и потребление товаров, в информационном обществе производятся и потребляются интеллект, знания, что приводит к увеличению доли умственного труда. От человека требуется способность к творчеству, возрастает спрос на знания. Но для этого требуется определенная система образования и воспитания личности. Данная система должна позволять формировать свободную личность, что является одной из основных проблем информационного общества.

В программе информатизации следует особое внимание уделить информатизации образования как направления, связанного с приобретением и развитием информационной культуры человека. Это, в свою очередь, ставит образование в положение “объекта” информации, где требуется так изменить содержание подготовки, чтобы обеспечить будущему специалисту не только общеобразовательные и профессиональные знания в области информатики, но и необходимый уровень информационной культуры. В нашей стране решение этой проблемы находится на начальной стадии, поэтому целесообразно учесть опыт наиболее развитых стран, где этот процесс уже получил значительное развитие.

Несомненно, с одной стороны, научно-техническое развитие, как рациональная деятельность, внесло много позитивного в расширение понятия культуры. С другой стороны, при помощи современных технических средств не составляет труда вмешаться в личную жизнь человека, ограничить его свободу выбора, манипулировать им. Культура, как носитель нравственного императива, должна занять соответствующее ей место в решении вопросов формирования систем воспитания и образования. Мало добиться того, чтобы человек знал, как правильно поступить в тех или иных обстоятельствах, надо, чтобы он не смог в силу воспитания и образования поступить иначе. Кроме того, соответствующе подготовленная личность будет обладать значительной свободой, поскольку в каждый данный исторический момент человек более или менее свободен в выборе средств для достижения поставленных перед собой целей.

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Санкт-Петербург, государственная морская академия им. Адмирала С.О. Макарова

Развитие информационного общества предполагает широкое применение информационно-коммуникативных технологий (ИКТ) в образовательном пространстве. В Национальном стандарте РФ дается определение ИКТ как «информационных процессов и методов работы с информацией, осуществляемых с применением средств вычислительной техники и средств телекоммуникаций», а обучение с помощью ИКТ называется «электронным обучением».

Важность внедрения ИКТ в образование отмечается не только российскими, но и международными экспертами, занимающимися вопросами современного образования. Например, Генеральный директор ЮНЕСКО Федерико Майер на конференции 2000 года отмечал, что новые технологии должны способствовать «созданию лучшего мира, в котором каждый человек будет получать пользу от достижений образования, науки, культуры и связи», более того современные ИКТ «открывают возможности совершенно новых методов преподавания и обучения». Чтобы не остаться в «полупериферии» мировой системы (терминология И. Валлерстайна), Россия ускоренными темпами идет по пути модернизации образования. Несомненно «электронное обучение» имеет ряд преимуществ по сравнению с традиционным, и мы отметим несколько из них. Во-первых, внедрение ИКТ в сферу образования существенно ускоряет процесс передачи знаний, накопленного опыта человечеством. Во-вторых, использование современных ИКТ повышают качество обучения и образования современного человека, что позволяет ему успешнее социализироваться в динамически развивающемся постиндустриальном обществе. В-третьих, активное внедрение ИКТ в образовательный процесс выступает одним из приоритетных направлений современной образовательной системы, которая призвана отвечать насущным потребностям информационного общества. Этот ряд можно продолжать до бесконечности, но на этом я остановлюсь.

В последнее время часто говорится о необходимости «электронного обучения» и его перспективах, а вот о недостатках как-то умалчивается, хотя они имеются, а вот на них-то и надо обратить пристальное внимание. Во-первых, до сих пор, к сожалению, есть семьи, в которых нет компьютеров, что является препятствием в получении современного образования (а мы говорим об обязательном и доступном образовании в РФ в соответствии не только с российским законодательством, но и согласно международным документам ООН). Во-вторых, уровень компьютерной грамотности современных преподавателей, к сожалению, достаточно низкий, поэтому остро стоит вопрос обучения педагогических кадров навыкам работы с

компьютерными технологиями. В-третьих, на что особо хотелось бы обратить внимание, так это на то, что остро стоит проблема отказа от развивающего обучения к наглядно-иллюстративному, ибо современный преподаватель зачастую неумело использует современные ИКТ в образовательном процессе, переходя к демонстрации «картинок» без их всестороннего освещения, критического осмысления и обсуждения на занятии. Такое положение дел противоречит российскому законодательству, где указано, что приоритетным является развитие личности учащегося и формирование основных компетенций, которые не в коем случае нельзя сводить исключительно к информационным и коммуникативным. И, в-четвертых, внедрение ИКТ в обучение неизбежно ведет к формированию экранной культуры современного молодого поколения, за которым будущее нашей страны. А с экранной культурой утрачивается личностное начало в человеке, уходит его индивидуальность и утрачивается уникальность любого человеческого существа. Перечислены наиболее значимые, с моей позиции, проблемы, решение которых является безотлагательным, если Россия хочет выйти из «полупериферии» мировой системы.

О.М. Бузская

ЭКОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ КАК РЕСУРС ОПТИМИЗАЦИИ КАЧЕСТВА СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Москва, Российский государственный торгово-экономический университет

Сегодня одной из проблем современного образования остается неосвоенность педагогической теорией и практикой индивидуальности ученика. Индивидуальность «растворяется» в психологических схемах, обобщениях и методиках. Ученик при этом не осознает и не выражает себя как личность в пространстве образования. В результате возникает ситуация отчуждения и неприятия самого процесса образования, что в итоге приводит к одномерному восприятию информации, формированию профессиональных знаний и навыков, но не личности, стремящейся выразить свой потенциал.

Стиль коммуникаций, как правило, является формализованным и академическим, не отличающимся гибкостью, интерактивностью, даже если в образовательный процесс введены новейшие компьютерные технологии, не совпадая с динамикой жизни, установками и восприятием учащегося. Отсюда - смешение стилей и, как следствие, непонимание и конфликты.

Другим барьером для совершенствования коммуникативно-воспитательного пространства является отсутствие взаимопереводимости статусов. Учитель и ученик имеют строго фиксированные, негибкие позиции, не позволяющие освоить процесс образования с разных сторон.

Кроме того, необходимо осуществлять и социокультурный контроль за содержанием и программами коммуникаций в системе образования с целью их защиты от деструкций современной социальной среды. Эту функцию может выполнять экология социальных коммуникаций.

На практике экология социальных коммуникаций уже получает распространение, что проявляется в опровержении предвзятой и ложной информации о событиях прошлого, точках зрения, ценностях. Уже поставлены вопросы об экологичности Интернета, основаниях пересмотра истории, допустимости и недопустимости ненормативной лексики в СМИ. При этом общественное мнение не всегда адекватно интерпретируется СМИ. Осознание искажений в системе коммуникаций, утаивание фактов, противодействие ложным коммуникациям в соответствии с критериями экологичности должны – все это может стать началом новой коммуникативной концепции развития образовательного пространства.

Эколого-культурный контроль коммуникаций – элемент образования, основанного на принципах социальной честности, взаимной ответственности. Экология социальных коммуникаций улучшает качество образовательной системы по следующим причинам: во-первых, общество в целом получает право контроля за сохранение фундаментальных знаний, содержание учебного материала, методами его обучения и трансляции. Образование, таким образом, становится прозрачным для общественного контроля. Во-вторых, возникает взаимное доверие педагога и ученика, восстанавливая уважение к социальному статусу учителя, демократизируя систему образования. Учащиеся получают право оценки предоставляемой им информации, что необходимо для обратной связи. В-третьих, образование, понятое на основе экологии социальных коммуникаций, призвано выполнять не только информативную функцию, но и ориентировать в фундаментальных и прикладных знаниях о мире, культуре, обществе, развивая индивидуальность, формируя целостную творческую личность ученика.

Введение экологии социальных коммуникаций возможно через расширение сферы конструктивной критики с целью усиления общественного мнения; развитие партнерства и контактов. Таким образом, освоение принципов экологии социальных коммуникаций в образовательном процессе может способствовать его совершенствованию и оптимизации, формируя тип индивидуальности учащегося, востребованный в перспективе будущего.

ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Украина, Одесский национальный политехнический университет

Современная система высшего образования учитывает необходимость формирования у выпускников вузов, помимо профессиональной компетенции, таких качеств, как умение работать с информацией, инициативность, инновационность, мобильность, гибкость, лидерские качества и т.д. Вместе с тем, далеко не все вузы, особенно технического профиля, реализуют в образовательных программах содержание социально-коммуникативных, социально-деловых характеристик, необходимых будущим специалистам.

Следует отметить, что в настоящее время в организациях, принимающих новых сотрудников, результаты полученного ими образования рассматриваются, как правило, в параметрах определенной временем профессиограммы специалиста. Она отражает не только основные профессиональные функции и компетенции, необходимые для будущей трудовой деятельности, но и показатели социальной активности личности, деловых умений и навыков.

Востребованность и конкурентоспособность выпускника на рынке труда определяется уровнем его профессионализма в сочетании с социально-деловой активностью.

Для нашего исследования представляют интерес понятия социально-коммуникативная и социально-деловая компетентности в составе компонентов профессиональной компетенции. Первая отражает особенности организации знаний и умений относительно системы общественных отношений, социума, в котором обитает человек, и межличностного взаимодействия. Под второй мы подразумеваем навыки и умения реализации интегративных деловых контактов индивидов и групп, сотрудничества в целях достижения взаимопонимания, основанного на совместной профессиональной деятельности и общности социальных ценностей и стандартов поведения.

Содержание и уровень *социально-коммуникативной* компетенции определяется знаниями, умениями и навыками индивида, позволяющими ему адекватно воспринимать окружающую действительность и себя в ней, а также способностями формирования новых умений и навыков соответственно характеру своей деятельности.

Формированию (развитию) *социально-деловой* компетентности в различных сферах деятельности, по нашему мнению, должно способствовать моделирование ситуаций социально-делового взаимодействия в процессе получения профессии.

Целью нашей научно-методической деятельности является создание унифицированной концепции специалиста, учитывающей соответствующие модели

профессионального и социально-делового поведения, а также технологии их формирования и развития. Такие модели, на наш взгляд, должны быть инвариантны к условиям любой системы образования с учетом отбора необходимых и достаточных знаний, умений и навыков.

Анализ ряда программ для технических и гуманитарных факультетов вузов, а также программ консалтинговых центров и курсов повышения квалификации позволяет нам предложить некоторые технологии развития социально-деловой активности специалистов. В самом сжатом виде процесс соответствующей корректировки учебных программ для вузов предполагает следующие шаги:

1. Уточнение квалификационных характеристик специальностей (особенно новых), предполагающих деятельность в системе «человек – человек».

2. Выделение и обобщение позиций, связанных с реализацией социально-деловой компетентности специалиста, в существующих паспортах специальностей.

3. Сопоставление обобщенных аспектов профессиональной и социально-деловой компетентности разных специалистов с учетом современных государственных стандартов.

4. Знания, умения и навыки, выделенные и унифицированные в соответствующих компетентностях, следует считать обязательными в содержании образовательных программ.

Работа по корректировке программ, безусловно, потребует определённых временных затрат, но её результаты значительно облегчат взаимодействие представителей организаций, предприятий, компаний разного профиля и вузов в аспекте подготовки конкурентоспособных профессионалов.

С.Д. Гуриева

ВЕРБАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ

Санкт-Петербургский государственный университет

Межкультурная коммуникативная компетентность — это понимание и владение сложными коммуникативными навыками и умениями, знание культурных норм, обычаев, традиций и этикета, особенностей и ограничений в общении, корректность в использовании коммуникативных средств. В некотором смысле, можно утверждать, что межкультурная коммуникативная компетентность является интегральным качеством, характеризующем коммуникативные способности личности, аккумулирующие его воспитание, способности, чувства, опыт, а также влияние социокультурной среды. Основными составляющими являются следующие: умение анализировать и прогнозировать ситуацию взаимодействия, знание и владение

социально-психологическими инструментами в процессе коммуникации, умение корректировать, управлять и влиять на процесс общения, контролировать чувства и эмоции. Важным качеством является синтез двух составляющих: общей культуры и воспитания личности, с одной стороны, и способность к пониманию, обучению и уважению особенностей проявления другой культуры.

Следует отметить, что изучение влияния вербального аспекта в межкультурных коммуникациях впервые было изучено Э. Холлом, который предложил делить культуры на высококонтекстные (high context) и низкоконтекстные (low context cultures) [1]. Таким образом, проблема изучения вербального аспекта в межкультурной коммуникации, может рассматриваться на следующих уровнях: 1. что сказать или как правильно сформулировать то, что хотим спросить; 2. как сказать или какую форму придать нашему сообщению в зависимости от пола, возраста, ситуации и т.д.; 3. как данное значение или понятие живет в реальности мира изучаемого языка и может быть интерпретировано в другой культуре. Что сказать (содержание речи), в основном характеризует низкоконтекстные культуры (low context cultures). В процессе вербальной коммуникации представители низкоконтекстной культуры предпочитают высказываться четко и ясно, стремятся первыми выдвинуть основной аргумент «за» или «против». Как сказать (контекст коммуникации), в основном характеризует высококонтекстные культуры (high context cultures.) Важнейшими составляющими коммуникативного процесса являются сдержанность и двусмысленность, прекрасно понимая, то, что произносится вслух, и то, что на самом деле имеется в виду, - это совершенно разные вещи. Учтивость важнее правдивости, сдержанность необходима в проявлении отрицательных эмоций, а двусмысленность помогает избежать резкого ответа «нет» [2]. В соответствии с предложенной классификацией культур в зависимости от контекста и содержания речи, содержание вербального компонента в межкультурной коммуникации включает в себя следующие характеристики: 1. Отношение к темпу речи, молчанию, паузам. 2. Речевые формулы. 3. Стандартные темы и способы поддержания беседы. 4. Запретные темы. 5. Отношение к запретной лексике. Использование эвфемизмом. 6. Общепринятые метафоры. 7. Различия, связанные с сословной дифференциацией. Следует обратить внимание также на таких моментах, как: кто произносит первым приветствием; какие используются нормы и формы при обращении; какое существует отношение к изменениям в тональности, интонации; какие приняты стандартные нормы и темы разговора, какие вопросы и/или ответы входят в обязательный минимум общения; какие темы, вопросы считаются совершенно запретными или неприличными; в каких ситуациях допустимо использование эвфемизмов, иносказаний, умолчания и т.д.; какое оптимальное соотношение речи с невербальными средствами общения (жестами, мимикой, позами и т.д.) [3].

Для эффективного взаимодействия с представителями другой культуры, оказывается недостаточным владение языком, как средством межкультурной коммуникации, необходимым элементом становится знание сложной системы соотношения того, как данное значение или понятие живет в реальности мира

изучаемого языка. Таким образом, вербальный компонент в ситуациях межкультурного взаимодействия проявляется в следующих важных содержательных моментах: принимаются ли во внимание различия, связанные с отношением к паузам и молчанию, проявлению эмоций, темпу речи, отказу или согласию; какие следует использовать вербальные конструкторы при обращении в зависимости от пола, статуса, положения, происхождения и т.д.; о чем уместно спрашивать и какие темы разговора являются допустимыми или запретными; как данное значение или понятие живет в реальности мира изучаемого языка. Межкультурная компетентность является важной составляющей коммуникативного процесса, который проявляется в знании и умении использовать вербальный конструктор. В данной области исследователям предстоит еще выявить многие «камни преткновения», для того, чтобы овладеть компетентностью в вопросах межкультурной коммуникации и не остаться за закрытыми дверями.

Литература:

1. Hall Ed. Beyond Culture. N.Y. 1976.
2. Trompenaars F., Hampden-Turner C., Riding the waves of culture: understanding diversity in global business / McGraw-Hill, 1998.
3. Гуриева С.Д. Этнолингвистическая эквивалентность и языковой такт. С. 97-107 // Психология и мораль // Составитель и научный ред. В.Н.Куницына, - СПб: Речь, 2004. 224с.

Е.Ф. Матвейчук

ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ ЯЗЫКА

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

В 60-х – 70-х годах прошлого века учёными был проведен уникальный эксперимент, который еще раз поставил вопрос о Суть этого эксперимента состояла в том, что молодых шимпанзе обучали разговору на человеческом языке.

У обезьян, как известно, гортань устроена так, что они не могут издавать звуков, аналогичных звукам человеческого языка. Однако их можно научить языку жестов, подобного языку глухонемых. Одна из таких обезьян за пять лет обучения освоила до ста шестидесяти слов, использовала их и по отдельности, и в сочетании друг с другом. Этот и аналогичные эксперименты ещё раз подтвердили факт элементарно-знаковой природы доступного обезьянам языка.

Учёные восприняли результаты экспериментов как научную сенсацию: ведь казалось, что стёрта грань, отделяющая животное от человека.

Со временем, однако, стало ясно, что феномен “говорящей обезьяны” можно интерпретировать не только как доказательство отсутствия грани между животным и человеком, но и как доказательство того, что в том языке, который мы привыкли

считать “чисто человеческим”, на самом деле скрыто присутствуют два языка: язык, роднящий нас с животными, и язык, делающий нас собственно-людьми.

На какие темы разговаривает обезьяна? Она может сказать «дай мне попить», «почеши мне спину» и даже обзвать человека, который ей не нравится, «грязным». Но ни с одной обезьяной нельзя поговорить, например, о нравственности, о философии, о политике, об искусстве. И дело вовсе не в том, что существует “потолок” по количеству запоминаемых обезьяной слов, – существование такого “потолка” никто ещё не доказал. Дело в **качестве** слов, а точнее – в различии между словами, обозначающими конкретные *предметы*, и словами, обозначающими расплывчатые *понятия*.

Поясним. Если мы просим собеседника: «Дай нам эту книгу», – он её даст. Но если мы его просим: «Дай нам добро (зло), или дай нам истину (ложь), или дай нам социализм (капитализм)» и т.д. – что он даст? Ничего, потому что слова “добро” (“зло”), “истина” (“ложь”), “социализм” (“капитализм”) и т.д. – обозначают не конкретный единичный предмет, а **неоднозначное понятие, интерпретируемое посредством других неоднозначных понятий**.

О чём говорит этот пример? Он говорит о том, что если в словах, обозначающих конкретные предметы, смысл слов жёстко привязан к самим словам, то в словах-понятиях такой жёсткой привязки нет. То есть речь идёт о несовпадении *слов-понятий* и их *смыслов*.

Предыстория проблемы восходит ещё к Платону, различавшему сущность и её знаковое выражение. Внесли свой вклад в развитие проблемы Г. Лейбниц, И. Кант. Подлинно научное изучение проблемы начинается с фиксации явления, которое немецкий философ Эрнст Кассирер назвал *символической функцией языкового сознания* [1].

Суть символической функции языкового сознания заключается в том, что в языковых понятиях запечатлена не сама непосредственно взятая внеязыковая реальность, а знаково-опосредованное знание о ней. То есть, языковые понятия служат своего рода *словесными символами* такого знания. Меняется во времени знание о внеязыковой реальности – меняется и языковое сознание, потому что меняется смысловое содержание структурирующих его *словесных символов*.

До тех пор, пока *образованный* средневековый человек знал, что в лице *понятий* имеет дело не с *отражениями* реальности, а с её *символами*, он не был “*рабом слов*”.

С середины XV века, когда константинопольскими соборами, были преданы окончательной анафеме платонизм с его символическим мировосприятием, церковь отказалась *от принципа постижения мира путём его символической интерпретации*. Она уступила свою функцию интеллектуального водительства безрелигиозной, претендующей на “научность”, философии.

Последняя же, в своём поспешном стремлении монополизировать “водительскую” функцию путём создания всеобъясняющей эволюционно-исторической картины мира, тоже, к сожалению, оказалась не на высоте понимания природы языка. Итоги Международной конференции 1995 года по общим проблемам

языкознания достаточно ясно показали и методологическую несостоятельность когнитивной лингвистики, и шаткость семантической составляющей сравнительно-исторических исследований в данной области [2].

Всеми этими обстоятельствами объясняется отчасти, почему наша история сложилась в XX веке таким образом, что нас лишили ощущения нашего собственного языка как *символической тайны мифа*. В результате массовое сознание до сих пор называет “мифом” любую нелепицу, хотя в науке всё больше и больше утверждается взгляд на мифологию как на предпосылочный фундамент всей человеческой культуры.

Разумеется, в отдельных специализированных областях знания упрощённо-вульгарные представления о языке никогда не прививались. Например, логическая семантика отреагировала на обнаружение *плавающей* смысловой специфики слов-понятий своим разделением на теорию референции (обозначения) и теорию смысла, – после чего серьёзно относиться к историко-материалистической “теории отражения” стало просто неприлично.

Но на общенаучную мировоззренческую парадигму, задающую стандарты повседневного массового мышления и поведения, такая реакция никак не повлияла. Дело в том, что сама эта парадигма, сложившаяся ещё в XIX веке и безраздельно подчинившая себе, благодаря догматическому школьному образованию, весь образ мышления современного человека, попросту отторгает от себя всё то, что в неё не вписывается. Поэтому любые научные факты, которые не находят себе места в господствующей мировоззренческой парадигме, начинают как бы параллельно сосуществовать с ней на правах “научной экзотики”, не обязательной ни к употреблению, ни даже к уразумению.

Как следствие, все основные сферы умственной деятельности, начиная с историко-материалистической теории культурогенеза и кончая международным правом и политическими доктринами, до сих пор характеризуются *восприятием слов-понятий как “отражений” конкретных предметов*. То есть они характеризуются, выражаясь языком религиозной терминологии, *приматом “буквы” над “духом”* (приматом внешней формы слова над его внутренним смыслом), – что, собственно, и превращает человека *в раба слов*. А на практике такое положение вещей открывает простор широчайшему манипулированию массовым сознанием, когда у людей по определённым технологиям вырабатываются те или иные, затребованные манипуляторами, “условные рефлексy на слова”. На такого рода технологиях, иногда очень изощрённых, держатся и социальная демагогия, и отупляющая реклама, и политические приёмы оргвойны (заведомо разрушительные “реформы”, сомнительные законопроекты, безответственные публикации в прессе и т.д.).

Вот классический образец манипулятивной технологии, **дважды** успешно апробированной на России: в начале и в конце XX столетия. Как известно, в начале XX в. общественная мысль культурных слоёв русского народа была настроена крайне отрицательно в отношении “капитализма” и крайне положительно – в отношении “социализма”. А в конце XX в. мы наблюдаем уже диаметрально противоположную

картину. Но думать, что смена ориентиров массового сознания совершилась под влиянием серьёзной аналитической работы или взвешенной проработки пережитого опыта – нет никаких оснований. Если бы имел место анализ социализма не как мистифицированной “общественно-экономической формации”, а как чисто технического принципа социального жизнеустройства, то было бы принято во внимание, что элементы государственного планирования, регулирования, контроля, протекционизма и сильной социальной политики давно уже неотделимы от того, что принято называть “капиталистической формой хозяйствования”. Поэтому следствием анализа явился бы вывод, что своё собственное хозяйство, в котором все перечисленные элементы имелись, нужно **не ломать**, а бережно **совершенствовать**.

То же – с пережитым опытом: если бы он действительно учитывался, то стало бы ясно, что трудности, испытанные Россией в XX веке, обуславливались не столько “социалистической формой хозяйствования”, сколько выпавшими на долю страны испытаниями (войнами, раскрестьяниванием, индустриализацией и т.д.), которые сами по себе ничего общего с “социализмом” не имеют и лишь случайно совпали с ним по времени. Если бы, повторяем, всё это учитывалось, то мы не метались бы из крайности в крайность, а спокойно занимались бы улучшением того, что имеем, исходя из соображений одной лишь целесообразности [3].

Но поскольку наблюдается именно метание из крайности в крайность, то приходится думать, что за сменой ориентиров стоит не здравый народный смысл и его трезвый расчёт, а **язык пропаганды, культивирующей отношение к неоднозначным понятиям как к конкретным предметам, суть которых неотделима якобы от приклеенных к ним бирок: “социализм”, “капитализм” и т.д.**

Оснований считать, что дело обстоит именно таким образом, более чем достаточно. Вспомним, например, с каким вдохновением на заре перестройки мы *переклеивали эти бирки*, рассуждая о шведском, швейцарском и прочих “социализмах”. Или вспомним, с какой доверчивостью мы воспринимали критику “коммуняк” теми из них, которые успели переименоваться “демократами”. Или вспомним, с какой лёгкостью мы, под влиянием всё тех же СМИ, стали называть в середине 90-х гг. “правых” – “левыми”, а “левых” – “правыми”. И т.д.

Чего же после этого удивляться, что, захотев “правового общества”, “общечеловеческих ценностей” и “свободы слова”, мы получили беспредел под крышеванием закона, расцвет коррупции и свободу от смысла слова? – Потому-то мы всё это и получили, что позволили себе относиться к *понятиям* как к *предметам*, суть которых разъяснима якобы через наклеенные на них *бирки*.

Видимо, пора начать принимать во внимание, что объединяющий нас всех язык содержит в себе на самом деле два языка: тот, который доступен и животным (язык наклеенных на предметы бирок), и тот, использующий первый в качестве “строительного материала” (воплощённый в языковой модели мира исторически-изменчивый тезаурус), который приобщает нас к метафизической, не разгаданной пока ещё наукой тайне. А поскольку инструментом воспитания

ЧЕЛОВЕКА является лишь второй язык, то достаточно начать потихоньку вытеснять его из повседневного обихода (что, собственно, и происходит благодаря качеству проводимой сегодня “культурной” политики), чтобы все вокруг заговорили только на первом – на языке “говорящих обезьян”.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Кассирер Э. Философия символических форм: В 3 т. М.; СПб., 2002. Т. I. С. 21-47.
2. Паршин П.Б. Теоретические перевороты и методологический мятеж в лингвистике XX века // Вопросы языкознания. 1996. № 2, с. 19-23.
3. Матвейчук Е.Ф. Инновации и их имитации в процессе реформирования образования. Научно-технические ведомости СПбГПУ. № 1 (105) Серия «Гуманитарные и общественные науки». – СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2010, с. 185-192

Н.В. Науменко

НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Санкт-Петербург, Национальный минерально-сырьевой университет «Горный»

Невербальная коммуникация (от лат. *verbalis* – устный и лат. *communicatio* – общаться) — поведение, сигнализирующее о характере взаимодействия и эмоциональных состояниях общающихся индивидов.

В межличностном общении невербальная коммуникация передает 65% всей информации. При выражении отношения телодвижения передают 55% информации, голос – 38%, а слова – всего 7%. Способность к адекватному пониманию невербального поведения сопряжена с социально-перцептивной деятельностью.

Составляющие социально-перцептивных способностей:

- «Импрессивная способность» - способность к различению эмоциональных состояний по интонации голоса.

- «Эмпатийная способность» – умение распознавать качества, цели и мотивы личности по выражению лица.

Знаковая система невербальной коммуникации – это семиотика бессознательного, она реализует мотивы, которые находятся в бессознательном. Обычно мы обращаем внимание на невербальное поведение, только тогда, когда оно расходится со словами. Согласованность же речи и невербального поведения вызывает доверие.

Значительная часть невербальных текстов вообще не может быть переведена в код какого-либо языка без существенной потери их смысла для партнеров, поэтому не удастся создать словарь невербального языка.

Отметим, что значение невербального взаимодействия может быть понято только в соответствии с различными переменными контекста или ситуации общения.

К принципам формирования невербально-коммуникативной компетентности педагога относятся:

- Поддержка позитивной идентичности
- Актуализация методического и личного опыта
- Баланс декларативного и экспериенциального обучения (через получение опыта и его рефлексии)

Выделим следующие направления формирования невербально-коммуникативной компетентности в профессиональной сфере.

- Познавательное: знакомство с основными с современными теориями и практиками межличностного взаимодействия

- Методическое: знакомство с методами и технологиями образования

- Личностное: формирование сензитивности и толерантности

К методам формирования невербально-коммуникативной компетентности педагога относятся:

- Познавательные методы: формальные (лекции) и исследовательские (проекты)

- Экспериенциальные методы: тренинг и креативные методы.

В процессе формирования методического и поведенческого компонентов невербально-коммуникативной компетентности происходит значимое изменение личностного компонента коммуниканта.

Отдельно следует отметить познавательный компонент, поскольку он коррелирует с важнейшими целями как преподавательской, так и научной деятельности:

- знакомство с современными теориями и практиками межличностного взаимодействия (гештальт-подход, гуманистическая психология и др.);

- знание специфики построения детско-родительских отношений в группах (культуре);

- понимание особенностей социального и политического положения группы (культуры).

О.Л. Петренко

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Москва, ГБОУ Центр образования № 204 им. А.М.Горького

Особенностью современного мира является то, что мы живем в постиндустриальном обществе. Основной чертой постиндустриального общества является формирование нового уклада производства. Его фундамент составляют наукоемкие и ресурсосберегающие технологии: нанотехнология, микроэлектроника, телекоммуникации, робототехника, производство материалов с заранее заданными

свойствами, биотехнологии и др. Информатизация и телекоммуникационные технологии пронизывают все сферы производства и общества.

Частью функционирования постиндустриального общества является развитие инновационной экономики, которую называют экономикой знаний или интеллектуальной экономикой.

Вопросы влияния окружающего нас социокультурного пространства на развитие постиндустриального общества, а также роли человека в этом процессе привлекают к себе внимание многих исследователей. Многие ученые изучают формирование сознания, мировоззрения, образа жизни в современной социокультурной среде и при этом концентрируются на вопросах самоидентификации индивидуума, часто следуя тезису Зигмунда Баумана о том, что современное, в первую очередь западное, общество – это индивидуализированное общество, в котором индивидуальное выше общественного, коллективного [1]. Вместе с тем, даже не вдаваясь в полемику с теми, кто придерживается этих взглядов, нужно признать, что многие процессы в окружающей нас жизни, по своей природе являются общественными, взять хотя бы процессы в сфере экономики, науки, образования, культуры и так далее. В действительности влияние социокультурной среды можно и нужно изучать в широком спектре объектов влияния от индивидуума до человечества в целом. В данной работе мы останавливаемся на вопросах групповых профессиональных коммуникаций, которые составляют основу жизнедеятельности практически всех организационных структур в бизнесе, государственном управлении, в образовательных учреждениях и так далее.

Обмен информацией становится определяющим инструментом глобальных социальных инноваций и управленческих изменений, оказывающим значительное влияние на все социальные процессы, приводит к необходимости эффективного использования информационных ресурсов.

Ученые определяют коммуникации как обмен информацией в процессе деятельности, общение [3]. К профессиональным коммуникациям относится передача информации и общение в процессе выполнения профессиональных обязанностей. В современных организациях существует сложная и разветвленная система межличностных коммуникаций.

В организациях в профессиональной деятельности используются как формальные, так и неформальные коммуникации. Вот пример из книги С.П.Роббинз [4]: «Если попросить менеджеров описать наиболее часто встречающиеся и беспокоящие их проблемы, в их ответах вы легко проследите одну общую тему. Чаще всего они будут ссылаться на проблемы с людьми. Менеджеры будут жаловаться на неумение своих начальников общаться, недостаточную мотивацию служащих, конфликты между членами команды, всеобщее сопротивление переменам, а также на другие подобные проблемы».

Заметим, что менеджеры в приведенном примере реальной ситуации вообще не касаются вопросов функционального управления, направленного на решение

основных «формальных» задач организации, их беспокоят неформальные процессы в их организации.

Формальные коммуникации позволяют организовать контролируемые информационные потоки в организации. Они обеспечивают работников информацией об организации в структурированной и, как правило, документированной форме. Такая информация, переданная через каналы формальной коммуникации, устойчива к изменениям как в процессе ее передачи, так и при ее интерпретации конечными адресатами. Во всех организациях формальные коммуникации дополняются неформальными коммуникациями. Неформальные коммуникации невозможно регламентировать, они не документируются, и их сложно контролировать. Информация в процессе передачи по неформальным каналам зачастую свободно изменяется, дополняется и может иметь различные равноправные интерпретации.

Существование неформальных коммуникаций обуславливается многими причинами. Скорость передачи информации по неформальным каналам недостижима для формальных. Неформальные коммуникации позволяют дополнить формально переданную информацию тем, что не может быть передано при помощи формальной коммуникации. Неформальные коммуникации выстраиваются (вернее сказать самовыстраиваются) таким образом, что они понятны и удобны для всех участников. Понятие «удобны» относится прежде всего к структуре и организации коммуникаций, а не к содержанию передаваемой информации. Неформальные каналы незаменимы для обхода организационных препятствий распространения информации. Они позволяют участникам коммуникации планировать свою будущую деятельность в случае, если слухи окажутся верными. Несмотря на то, что традиционно неформально переданная информация считается крайне не надежной, как показывают исследования, слухи, по меньшей мере, на 75% являются точными [5, 6].

В условиях современного социокультурного пространства понятие и место неформальных коммуникаций меняется. Это связано с изменениями в последние годы социально-экономической среды:

- появление новых связей и отношений в результате изменения структуры общественных институтов;
- изменение старых организаций и возникновение новых;
- выдвижение большого числа новых лидеров;
- широкое использование информационных технологий.

Информационные технологии оказывают как прямое воздействие на изменения в соотношении формальных и неформальных коммуникаций, так и косвенное.

Доступность огромного объема информации, новые технические возможности такие, как электронная почта, обмен мгновенными текстовыми сообщениями, форумы, голосовая связь через Интернет, социальные сервисы, напрямую приводят к возрастанию интенсивности коммуникаций. В первую очередь эти возможности адаптируются именно в неформальных информационных каналах. Внедрение новых технологий в формальные каналы коммуникации происходит более медленно из-за дополнительных организационных издержек.

Некоторые из новых технологий, например, форумы, среды групповой разработки документов, дают возможности организовать «полуформальные» каналы коммуникации с участием менеджмента организации любого уровня. При умелом использовании коммуникация в таких каналах между руководителями и подчиненными может происходить в менее формальной форме, чем обычно, что позволяет оперативнее и полнее доводить информацию до исполнителей, быстрее и точнее получать обратную связь, оказывать влияние на неформальные коммуникации в организации. Также такое «полуформальное» общение между руководством и работниками может улучшать психологический климат в организации. Иногда тогда такие каналы могут замещать некоторые формальные каналы коммуникации, или возникать на их месте при внедрении новых технологий в старые каналы.

Рост неформальных коммуникаций благодаря использованию ИТ, появление «полуформальных» каналов, «деформализация» старых формальных каналов путем внедрения в них новых технологий приводят к росту роли неформальных коммуникаций.

Косвенное воздействие ИТ на соотношение формальных и неформальных коммуникаций заключается в том, что многие структурные изменения в социокультурной среде, повышающие роль неформальных коммуникаций, обуславливаются именно распространением и широкой доступностью новых возможностей, предоставляемых ИТ.

Глобализация информационного пространства, скорость распространения информации приводит к быстрому и широкому внедрению новых идей организационного и технического характера. Это приводит к обострению конкуренции, что зачастую вынуждает при возникновении новых идей проводить их обсуждение и реализацию в обход слишком медленных формальных каналов, с последующим формальным оформлением после удачной реализации, или быстрым «откате» в случае неудачи.

Возможности удаленного взаимодействия, предоставляемые новыми технологиями, стимулируют стихийную самоорганизацию как устойчивых долго живущих групп на основе общих житейских или профессиональных интересов, так и самоорганизацию групп для решения каких-то конкретных проблем или выполнения проектов. Это приводит к появлению на рынке труда достаточного количества людей, обладающих навыками самоорганизации. Также некоторые успешные некоммерческие проекты, выполненные такими самоорганизующимися группами, на равных конкурируют с коммерческой продукцией. Коммерческие организации, используя опыт таких проектов, адаптируя применяемые в них приемы, и, возможно, адаптируя свою организационную среду, могут получить конкурентные преимущества. Даже большие организации иерархического типа вынуждены внедрять такие группы, которые организуются из сотрудников предприятия для выполнения некоторых проектов, и которым делегируются достаточно широкие полномочия, в том числе, для более свободного и неформального взаимодействия внутри группы.

Таким образом, возникает петля: изменения в коммуникациях, вызванные использованием ИТ, приводят к изменениям организационной среды, которые повышают роль неформальных коммуникаций, что в свою очередь стимулирует более интенсивное и изобретательное использование новых технологий в коммуникациях.

В [2] рассматривалась эффективность профессионального взаимодействия в зависимости от типа организационной культуры. Было показано, что процессы профессионального взаимодействия в организациях, принадлежащих разным типам организационной культуры, необходимо строить по-разному. Если вернуться к вопросу о соотношении между формальными и неформальными коммуникациями, то надо подчеркнуть еще раз, что правильное соотношение необходимо выбирать с учетом типа организационной культуры.

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы:

- Работа организации продолжает строиться на сочетании формальных и неформальных коммуникаций.

- В последние годы возрастает роль и значение неформальных коммуникаций в профессиональном общении.

- Решающее влияние на развитие неформальных коммуникаций оказывают ИКТ.

- В перспективе следует ожидать появления высокотехнологичных предприятий, основанных на неформальных коммуникациях.

Литература:

1. З. Бауман. Индивидуализированное общество / Пер. с англ. под ред В. Л. Иноземцева // Центр исслед. постиндустр. о-ва, журн. «Свободная мысль». — Москва: Логос, 2002.
2. В.А.Омельченко, О.Л.Петренко. Проблемы коммуникаций в различных типах организационных культур // В сб. «Коммуникативные стратегии информационного общества» СПб, Изд-во СПбГПУ, с.228-233.
3. В.А.Спивак. Организационное поведение // М., Эксмо, 2007, 640 с.
4. С.П.Роббинз. Основы организационного поведения // М.2006,с.19.
5. Keith Davis. Communication Within Management. Readings in Management // William A. Nielander and Max O. Richards (Cincinnati, 1969), p. 161.
6. R. Baron & J. Greenberg, Behavior in Organizations //Boston, MA: Allyn and Bacon, 1990.

**ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ СЕТЕВОГО ВИКИ-ПРОЕКТА
"СУМСКИЕ ЛЕТОПИСИ" ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИКТ-
КОМПЕТЕНТНОСТИ УЧИТЕЛЕЙ ОБЩЕСТВЕННО-ГУМАНИТАРНЫХ
ДИСЦИПЛИН В СИСТЕМЕ ПОСЛЕДИПЛОМНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Украина, г. Сумы, Сумский областной институт последипломного педагогического образования

Быстрая смена технологий, утверждение приоритетов устойчивого развития общества обуславливают возрастание роли образования. В связи с этим становления информационной культуры, развитие сетевого взаимодействия и педагогических сообществ в сети Интернет является одним из направлений деятельности педагогов. Формирования виртуального учебного пространства вызвано стремлением объединить существующий педагогический опыт с новыми информационными технологиями. Ключевую роль в процессе такого сочетания играет использование сервисов WEB 2.0 в последипломном педагогическом образовании. Одним из примеров WEB 2.0 являются вики-проекты, основанные на технологии ВикиВики, получившей широкую известность благодаря всемирной энциклопедии - Википедии.

Согласно письму МОНмолодьспорт Украины № 1/9-493 от 24 июня 2011 года «Об организации обучения учителей по использованию информационно-коммуникационных технологий» каждый учитель общеобразовательного учебного заведения, независимо от степени, типа, формы собственности заведения и уровня своей квалификации, должен уметь ориентироваться в информационном пространстве, получать информацию и оперировать ею в соответствии с собственными потребностями и требованиями современного высокотехнологичного общества.

Однако методическая подготовка в системе последипломного образования учителя к использованию ИКТ при преподавании общественно-гуманитарных дисциплин в условиях общеобразовательной школы еще не была предметом научного поиска и требует детального исследования и внедрение в практику работы. До сих пор остается открытым вопрос, каким образом можно сформировать ИКТ-компетентность учителей общественно-гуманитарных дисциплин в системе последипломного образования и как сделать так, чтобы ИКТ-компетентность переросла в ИКТ-активность.

Одним из возможных вариантов решения данного вопроса может служить региональный проект с международным участием «Сумские летописи» <http://istoriya.sumy.ua>, который является масштабным экспериментом по изучению возможностей ВикиВики в учебной практике. Коллективный гипертекст может стать идеальным полем для педагогической технологии сотрудничества. Эта новая электронная школьная доска, на которой могут писать все участники учебного

процесса, является удачным примером общего ресурса, примером пространства, используемого для коллективной деятельности группы людей, что выгодно отличает ее от разного рода презентаций.

Проект за два года своего существования стал богатой средой для совместного обучения, в которой учителя, студенты и школьники могут находить факты, примеры для подражания, материалы для сравнения и анализа, средства для обработки и визуализации данных.

В проекте можно начать работу без специальных знаний и умений. При этом он открывает возможности для роста и освоения новых технических возможностей: наполнение статей ссылками на исторические события, географические объекты, установление связей между статьями, приобретение навыков коллективной категоризации. По мере наполнения «Сумских летописей» статьями об учебных заведениях, известных людях, городах и селах, храмах и музеях Сумщины возникает все более сложный и многомерный гипертекст. В этом гипертексте можно посмотреть связи между страницами, можно собирать новые статьи уже существующих страниц.

Мы надеемся, что наши авторы разместят на страницах «SumyWiki» виртуальные экскурсии, фотоочерки, собственные проекты и многое другое.

Список использованных ресурсов:

1. <http://www.mon.gov.ua/index.php/ru/ofitsijni-dokumenty/listi/5642-list-monmolodspor-n-19-493-vid-24062011>
2. www.wikipedia.org/wiki/Вики
3. www.wiki.vspu.ru/wiki/wiki
4. www.wikiznanie.ru/ru-wz/index.../Wiki
5. http://ru.wikibooks.org/wiki/Заглавная_страница_Викиучебник
6. Патаракин Е.Д. От использования контента к совместному творчеству. Анализ сетевого сообщества Летописи.Ру. <http://vo.hse.ru/attachment.aspx?Id=627>

А.Н. Лазарева

РАЗРАБОТКА МЕТОДОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРОЦЕССА ВЫБОРА ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ТРАЕКТОРИИ ИНДИВИДУУМА

*Юрга, Юргинский технологический институт (филиал) Томского политехнического
университета*

Развитие современной инновационной экономики невозможно без развития адекватной системы образования и подготовки инновационных кадров. При этом важнейшее значение имеет непрерывность обновления знаний в течение всей профессиональной карьеры человека. Современный рынок образовательных услуг предоставляет индивидууму огромный выбор образовательных траекторий. В

условиях жесткой конкуренции (на сегодняшний день уже и международной) образовательные учреждения обязаны представлять себе процесс принятия человеком решений о выборе той или иной образовательной траектории для того, чтобы обеспечить предоставление самых востребованных образовательных услуг. В оценке образовательных траекторий заинтересован и сам индивидуум, если он осуществляет выбор осознанно и серьезно планирует свою профессиональную карьеру. Работодателю также важно заинтересовать потенциального работника в выборе оптимальной для него образовательной траектории. В конечном счете, главным заинтересованным субъектом является государство, поскольку должно формировать стратегию подготовки профессиональных кадров для развития экономики страны [1].

В связи с этим актуальной задачей является разработка методов поддержки принятия решений о выборе образовательной траектории индивидуума. Решение этой проблемы в современных условиях невозможно без соответствующей информационной составляющей, обеспечивающей структуризацию области принятия решения.

В настоящее время проводится широкий спектр исследований в сфере управления образовательной деятельностью. Наиболее близкие исследования к тематике работы связаны с разработкой следующих вопросов: проектирование образовательных программ учебных заведений, формирование индивидуальных учебных планов обучающихся, оценка востребованности специальностей и направлений на рынке труда, на рынке образовательных услуг, оценка качества предоставляемых услуг учебного заведения, развитие системы дополнительного образования, переподготовки кадров, организация взаимодействия учебных заведений и работодателей.

Следует отметить, что на сегодняшний день практически не рассматриваются вопросы разработки комплекса взаимосвязанных методов и инструментов, обеспечивающих информацией для принятия решения о выборе образовательной траектории всех заинтересованных субъектов.

Задача выбора оптимальной образовательной траектории рассматривается в комплексе решаемых проблем для каждого из субъектов принятия решения на всех этапах (Рис.1): индивидуум, семья (социальное окружение индивидуума), работодатели, учебные заведения, органы муниципального, регионального и государственного управления.

На этапе анализа собирается информация о возможных траекториях обучения, об их востребованности на рынке труда и образовательных услуг, о потенциальных потребителях образовательных траекторий. Собранные данные обрабатываются с учетом целей лица, принимающего решение, его семьи, работодателей, учебных заведений, нормативных документов. Результатом данного этапа является перечень образовательных траекторий по критериям (наименьшие текущие затраты, получаемые знания и навыки, окупаемость затрат и т.д.).

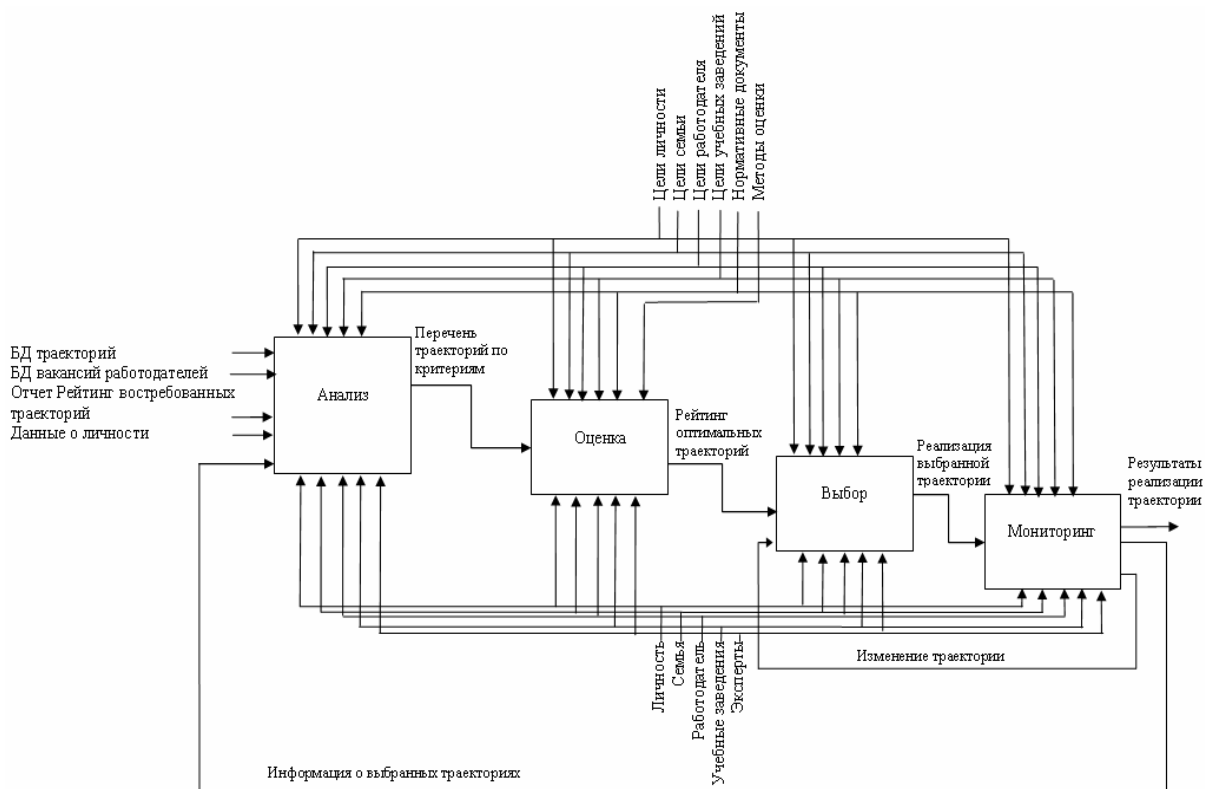


Рис.1 – Схема процесса выбора образовательной траектории.

Каждый из субъектов преследует свои цели, и в тоже время, не может не принимать во внимание цели других субъектов. Зачастую цели одного из субъектов являются ограничениями для принятия решений другого субъекта, поэтому на этапе оценки необходимо применение комплекса методов, учитывающего интересы всех субъектов и предоставляющего рейтинг оптимальных траекторий. В ходе работы были разработаны иерархическая модель выбора образовательной траектории индивидуума, учитывающая влияние основных заинтересованных субъектов, а также модель интегральной оценки индивидуальной образовательной траектории (на основе нечетких множеств), позволяющая рассматривать будущую профессиональную деятельность с позиций того, что должен уметь будущий специалист, какими знаниями, навыками, и в какой степени он должен обладать и др., разработано программное обеспечение, реализующее расчеты по предложенным моделям выбора образовательной траектории [2].

Комплекс моделей позволяет адекватно учитывать факторы сил, влияющих на выбор индивидуальной траектории обучения, оценивать вероятности наступления сформулированных состояний, служить поддержкой принятия решения при выборе приоритетного направления обучения. Применение системы методов позволяет структурировать поле принятия решений о выборе индивидуальной траектория обучения, выбирать наиболее подходящую конкретному человеку. Также получаемые оценки альтернатив обучения могут использоваться ВУЗами, работодателями и другими заинтересованными лицами при принятии решений в сфере образовательной деятельности.

Этап выбора заключается в том, что лицо, принимающее решение, исходя из своих соображений, может выбрать траекторию, отличающуюся от наиболее оптимальную, и начать её реализацию.

Мониторинг необходим для того, чтобы отслеживать правильность оценки той или иной индивидуальной образовательной траектории, а также её изменения.

Схема выбора образовательной траектории предполагает цикличность, т.е. возможность возвращения на предыдущий этап.

В дальнейшем планируется решение следующих задач:

1. Обзор, анализ и классификация существующих средств и технологий информационной поддержки оценки и выбора индивидуальной образовательной траектории.

2. Исследование предметной области и моделирование с использованием IDEF технологий процессов оценки и выбора образовательной траектории с точки зрения разных субъектов принятия решения.

3. Разработка концептуальных основ технологии информационной поддержки процессов оценки и выбора образовательной траектории с точки зрения разных субъектов принятия решения.

4. Разработка системы критериев и математических методов оценки и выбора оптимальной образовательной траектории с точки зрения разных субъектов принятия решения.

5. Разработка системы и технологии экспертных опросов для оценки составляющих образовательной траектории.

6. Разработка и реализация алгоритмов web-ориентированной технологии информационной поддержки процесса выбора индивидуальной образовательной траектории индивидуума

7. Апробация предложенных методик и технологий на реальных данных (предположительно – Кемеровская область и/или Томская область).

Литература:

1. Захарова А. А. , Зорина О. Ю. , Лазарева А. Н. Иерархическая модель выбора индивидуальной образовательной траектории // В мире научных открытий. - 2011 - №. 3(15) - С. 266-271
2. Лазарева А. Н., Зорина О. Ю. Выбор индивидуальной образовательной траектории индивидуума на основе метода анализа иерархий и интегральной оценки // Сборник работ победителей отборочного тура Всероссийского смотра-конкурса научно-технического творчества студентов вузов «ЭВРИКА»; Новочеркасск: ЛИК, 2012. – С.18-21.

ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ ВЫБОРА ПОТРЕБИТЕЛЕМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВУЗА В ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ МОНИТОРИНГА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Юрга, Юргинский технологический институт Национального исследовательского Томского политехнического университета

Демографический спад, характерный для середины 90-х годов XX века, негативно сказался на современном положении дел в области образования. Вызванное данным кризисом объективное уменьшение количества абитуриентов приводит к более жесткой конкуренции между ВУЗами, что усиливает необходимость повышения их эффективности. В то же время кризис сказался и на кадровом рынке, и без того испытывающем ряд трудностей, что делает проблему подготовки специалистов ещё более актуальной [1].

Переход к рыночным отношениям существенно повлиял и на отношения «студент-ВУЗ». Повсеместное внедрение практики обучения на коммерческой основе подразумевает необходимость рассматривать деятельность ВУЗа как деятельность коммерческой фирмы, с её характерными особенностями – необходимостью учитывать условия внешней среды, следить за состоянием рынка, а так же проводить маркетинговую политику [2]. Соответственно, все эти процессы требуют оптимизации и автоматизации для повышения эффективности ВУЗа в целом, что имеет особую актуальность.

В настоящее время коллективом кафедры ИС ЮТИ ведется разработка информационной системы мониторинга потенциальных потребителей образовательных услуг ВУЗа.

Преимущества данной информационной системы состоят в том, что она имеет низкую стоимость, полностью соответствует специфике ВУЗа.

На информационную систему мониторинга потенциальных потребителей образовательных услуг, возлагается ряд функций:

1. Мониторинг образовательных услуг ВУЗа по типам.
2. Учет потенциальных потребителей по видам образовательных услуг.
3. Учет источников потребителей по типам.
4. Оценка вероятности выбора потребителем образовательных услуг, предоставляемых ВУЗом, на основе системы экспертных оценок.
5. Планирование мероприятий на основе мониторинга ситуации.

Функция «Оценка вероятности выбора потребителем образовательных услуг, предоставляемых ВУЗом», представлена на рисунке 1.

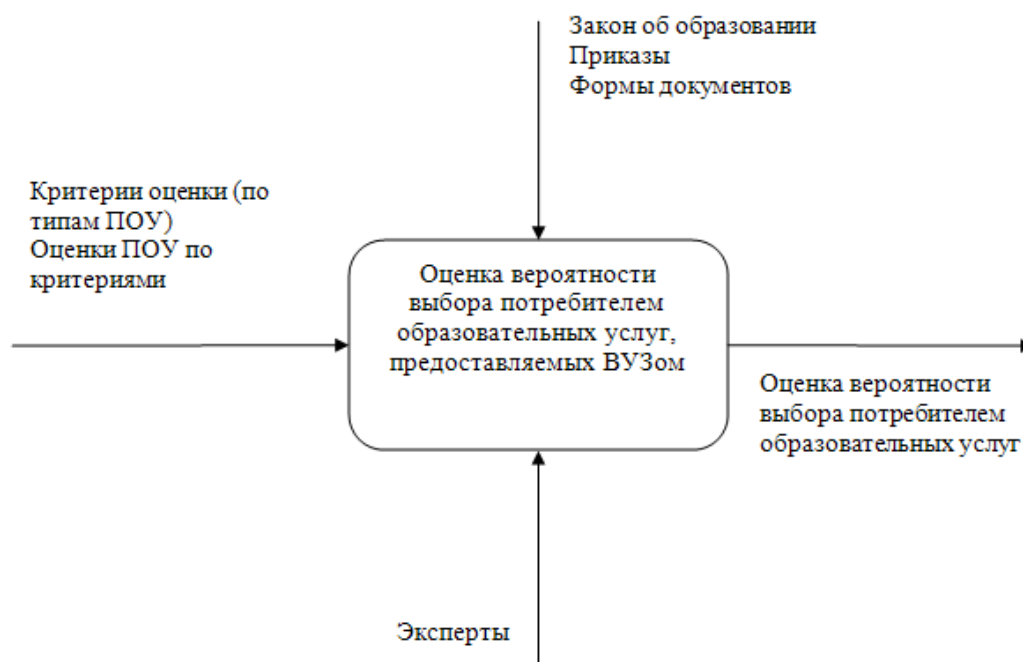


Рис. 1. Функция информационной системы «Оценка вероятности выбора потребителем образовательных услуг, предоставляемых ВУЗом»

Оценку можно производить на основании совокупности экспертных оценок, обрабатываемых с учетом взвешенных коэффициентов, однако для этого лучше использовать метод анализа иерархий [3]. Данная модель позволяет осуществлять поддержку принятия решения в условиях неопределенности среды принятия решений, неполноты и неточности информации для анализа.

Иерархические системы планирования состоят из специфических элементов, имеющих определенное толкование. Данную систему можно представить в следующем виде:

Шаг 1. Фокус иерархии (Оценка вероятности выбора потребителем образовательных услуг, предоставляемых ВУЗом).

Шаг 2. Выбор акторов (Абитуриент, Семья, Работодатель).

Шаг 3. Выбор целей акторов (для актора Абитуриент - Получение знаний и навыков, Востребованность, конкурентоспособность, Окупаемость затрат на обучение, для актора Работодатель - Повышение производительности труда, Повышение уровня квалификации персонала, для актора Семья - Увеличение доходов в будущем, Наименьшие текущие затраты на обучение).

Шаг 4. Исходы (Обучение на дневном отделении, Обучение на вечернем отделении, Обучение на заочном отделении, Обучение в другом ВУЗе).

Шаг 5. Обобщенный исход.

Используя метод попарного сравнения элементов иерархии, строятся матрицы парных сравнений для иерархии. Для каждой матрицы рассчитывается нормированный вектор приоритетов (W). Расчет весов факторов, определяющих вероятность выбора образовательных услуг, представлен в таблице 1.

Таблица 1

Веса факторов, определяющих действующие силы

Силы	Абитуриент	Работодатель	Семья	W
Абитуриент	1	4	7	0,73
Работодатель	1/4	1	5	0,19
Семья	1/7	1/5	1	0,08

Далее рассчитываются веса критериев, обозначенные W_{ij} , где i – номер уровня иерархии, j – номер фактора или критерия одного уровня. Например, веса критериев силы «Абитуриент»: $W_1^1 = [0,67; 0,24; 0,09]$ (таблица 2). Аналогично рассчитываются веса критериев акторов «Работодатель» и «Семья».

Таблица 2

Веса критериев актора «Абитуриент»

Абитуриент	Получение знаний и навыков	Востребованность, конкурентно-способность	Окупаемость затрат на обучение	W_1^1
Получение знаний и навыков	1	3	6	0,67
Востребованность, конкурентноспособность	1/3	1	4	0,24
Окупаемость затрат на обучение	1/6	1/3	1	0,09

На последнем этапе, построив матрицы парных сравнений альтернатив относительно критериев качества, получают значения вектора приоритета. В таблице 3 представлен расчет вектора относительно критерия «Получение знаний и навыков», аналогично рассчитываются $W_2^2, W_2^3, W_2^4, W_2^5, W_2^6, W_2^7$.

Таблица 3

Веса альтернатив относительно критерия «Получение знаний и навыков»

Получение знаний и навыков	A_1	A_2	A_3	A_4	W_2^1
A_1	1	3	6	8	0,62
A_2	1/3	1	3	5	0,22
A_3	1/6	1/3	1	3	0,10
A_4	1/8	1/5	1/3	1	0,06

Осуществим иерархический синтез в целях определения вектора приоритета альтернатив относительно факторов и фокуса иерархии.

Вектор приоритетов альтернатив относительно актора «Абитуриент» ($W_a.A$) определяется путем перемножения матрицы, сформированной из значений векторов приоритетов W_2^1, W_2^2, W_2^3 на вектор W_1^1 , согласно формуле:

$$W_a.A = [W_2^1, W_2^2, W_2^3] \times W_1^1.$$

$$W_a.A = \{0,63; 0,20; 0,11; 0,06\}.$$

Аналогично определяются векторы приоритетов альтернатив относительно актора ($W_p.A$) «Работодатель» и актора «Семья» ($W_c.A$).

$$W_p.A = [W_2^4, W_2^5] \times W_1^2; W_c.A = [W_2^6, W_2^7] \times W_1^3;$$

$$W_p.A = \{0,65; 0,18; 0,10; 0,07\}; W_c.A = \{0,54; 0,18; 0,19; 0,09\}.$$

Результирующий вектор приоритетов альтернатив (фокус иерархий) рассчитывается соответственно: $W_f.A = [W_a.A, W_p.A, W_c.A] \times W$;

$$W_f.A = \{0,63; 0,20; 0,11; 0,07\}.$$

Анализ значений полученного вектора как обобщенной оценки показывает, что в соответствии с мнением данного эксперта наилучшей альтернативой является А1 – Обучение на дневном отделении.

Таким образом, применение метода анализа иерархий позволяет получить адекватную оценку вероятности выбора потребителем образовательных услуг, предоставляемых ВУЗом, при этом разрабатываемая информационная система мониторинга потенциальных потребителей образовательных услуг имеет большую значимость для ВУЗа, как средство сокращения издержек и повышения его конкурентоспособности на рынке образовательных услуг.

Литература:

1. Захарова А. А. , Зорина О. Ю., Лазарева А. Н. Иерархическая модель выбора индивидуальной образовательной траектории // В мире научных открытий. - 2011 - №. 3(15) - С. 266-271
2. Д.А. Беляев. Применение информационных систем управления как необходимый элемент стратегического управления экономическими процессами в вузе // Университетское управление: практика и анализ. – 2004. - № 5-6(33).
3. Саати Т. Л. Принятие решений. Метод анализа иерархий. Пер. с англ./ Т. Л. Саати. – М.: Радио и связь, 1993. – 278 с.

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ СРЕДЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА – ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Л.В. Осипова-Дербас

СОЦИАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Санкт-Петербург, ИНЖЭКОН

В проблемном поле современной социологии находятся задачи исследования адаптивных возможностей социальных систем в изменяющихся условиях, проблемы повышения эффективности управления, определение тенденций дальнейшего социального развития. Современная социология достигла больших успехов в исследовании разнообразных социальных явлений и процессов. Однако существующие социологические парадигмы не позволяют достаточно полно исследовать социальные явления, возникающие в современном динамично меняющемся мире, поскольку недостаточно изучены механизмы взаимодействия между изменениями условий среды и ответными адаптивными механизмами социальных систем.

Для исследования указанных проблем необходима разработка новых теоретико-методологических подходов, направленных на выявление фундаментальных механизмов системных социальных взаимодействий, а также на изучение исторического опыта взаимодействий социальных объединений с различными условиями существования. При этом возникает необходимость в совершенствовании методологии и категориального аппарата социологических исследований, в использовании приемов анализа, заимствуемых из других дисциплин, в частности системного анализа как междисциплинарной методологии, располагающей методами исследования сложных систем. Расширение методологии исследования за счет

включения представлений о поведении человека различных гуманитарных наук, позволяет разрабатывать системные модели социальных процессов, более полно отражающие механизмы и закономерности как внутренних, так и внешних взаимодействий.

В представлении современной эпистемологии человек и социальные объединения являются информационными системами. Поэтому построение модели, отражающей информационные процессы внутренних и внешних социальных взаимодействий структур и трансформаций социальных объединений как информационных систем, рассматривается автором как важное направление социологического исследования, позволяющее расширить возможности интерпретации и понимания социальных явлений и процессов, а также исследовать социальные напряжения, потенциальные и реальные кризисы, конфликты между различными социальными общностями, возникающие вследствие нарушений гармонии системных информационных взаимодействий.

В социологии современное общество рассматривается как информационное. Много работ посвящено исследованию человека и социальных групп в информационном обществе, «сосредоточенном на знании и производстве нового знания» [1, с 57]. Теории информационного общества исследовали Д. Белл, М. Кастельс, О. Тофлер и многие другие. Но, несмотря на достигнутые успехи, **не исследованы как сам человек, так и социальные группы как информационные системы**. Исследование личностной и социальной систем как информационных подразумевает построение системной модели, отражающей процессы получения, накопления и использования различной информации.

На социальное поведение человека, а, следовательно, на состояние и изменения социальной системы влияют разнообразные потоки информации внутренней и внешней, (поступающей изнутри системы и из окружающей среды). В свою очередь внешняя информация может быть новой, которую система получает впервые, и уже поступавшей в прошлом [2, с.172], [3, с.13]. Информация может сохраняться на материальных носителях: генах, орудиях и продуктах труда, всевозможных видах записей и так далее, или накапливаться и передаваться без материальной основы (традиции, мифы, предубеждения и так далее), может быть осознаваемой (например, культурной) и не осознаваемой (например, генетической), ее влияние может быть стихийным (например, рынок) или целенаправленным (например, обучение). В социологии широко представлены исследования влияния той или иной информации на социальные процессы, но недостаточно исследованы **системные механизмы воздействия всего комплекса в целом**, а также использование **информационного потенциала** социальными системами в тех или иных условиях среды. Логической основой такого исследования является построение модели информационных структур социальных систем, соответствующих **различным условиям** [5].

Литература:

1. Большой толковый социологический словарь, т.1. М.: Вече, 1999.

2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. - М., 1999.
3. Уотермен Т. Теория систем и биология. Точка зрения биолога. В кн.: Теория систем и биология. М., 1971.
4. Геодакян В.А. Роль полов в передаче и преобразовании генетической информации. В кн.: Проблемы передачи информации, т.1, вып.1. М., 1965.
5. Осипова-Дербас Л.В. Системные основы социологии и психологии управления.

О.Л. Гнатюк

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: ЗНАЧЕНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПОДХОДА

Санкт-Петербург, РГПУ им. А.И. Герцена

Учитывая в целом антироссийский дискурс СМИ большинства стран Евросоюза, создание позитивного внешнего имиджа России (и ее отдельных территорий и регионов) в зарубежных (и некоторых российских СМИ) предполагает управление информационными потоками. В конечном счете, это связано не только с тем, что сегодня сфера продвижения территорий становится одним из «локомотивов» современного развития коммуникационной индустрии, но и с обеспечением коммуникационной стратегии информационной безопасности РФ [1, с. 36-47]. В понятии Д.Н.Замятина «*геополитика образов (имиджей)*» рассматривается как целенаправленное позиционирование и/или манипулирование специализированными политико-культурными, экономико-географическими и др. образами в ментально-географическом пространстве. Целью такой политики является создание структурированного пространства содействия *позитивному восприятию национальных интересов страны*, а также целенаправленная поддержка решений политического, экономического характера [2, с. 315]. Такой подход теоретически и практически целесообразен и в аспекте актуализации концепта и практик «*soft power*» - «мягкой силы», усиления «культурной составляющей» как важнейшего ресурса позитивного внешнего имиджа (бренда) страны (России).

В 2000-е гг. для теории коммуникации и более частных коммуникативных дисциплин сравнительно новой становится разработка моделей имиджа территориально-государственного субъекта (государства/региона/города) для внешних и внутренних аудиторий, в связи с чем для специалистов и бакалавров по интегрированным коммуникациям (рекламе и PR) важно знать не только модели, но и технологии формирования имиджа территории (государства, региона, города и т.д.). На кафедре связей с общественностью и рекламы факультета философии человека РГПУ им. А.И.Герцена третий год читается новый курс «Имиджмейкинг государства/региона», вызывающий интерес студентов, которые готовят презентации

различных территориальных образований, пишут дипломные работы в рамках данной темы [3, с. 6-7].

Существуют различные подходы к формированию внешнего и внутреннего имиджа государства/территории: *геополитический, брендинговый, маркетинговый, собственно имиджевый*. И большинство из имеющихся моделей в рамках перечисленных подходов к имиджмейкингу территориально-государственных образований так или иначе уже содержат проблематику культуры, а именно: бренды-исторические названия – в модели бренда страны А.Чумикова и М. Бочарова; цивилизационно-культурный образ – в модели имиджа страны Э.Галумова; культурное наследие (привлекательность истории, культуры и спорта) – в шестиугольной модели национального бренда С.Анхольта; ценности и идеи – в ортогональной структурной модели внешнего и внутреннего имиджа государства Д.Гавры и А.Савицкой [4, с. 93]. Каждый из этих методологических подходов имеет свои технологии PR и рекламы: разработка маркеров территории для новых туристических маршрутов, разработка фирменного стиля и символики той или иной территории, рекламные буклеты, ролики, фильмы, проведение дней, декад культуры региона в какой-либо стране, различные формы медиарилейшнз, организация официальных визитов, стимулирование государственной поддержки продвижения имиджа территории и т.д.

По нашему мнению, доминирующие сегодня в дискурсе профессионального сообщества специалистов по интегрированным коммуникациям сюжеты о том, что рекреация и современное искусство (прежде всего – «масс-культ»-контент живописи молодых российских художников) есть чуть ли не единственная основа российской культуры и главный ресурс в формировании позитивного внешнего имиджа России связаны с неадекватным пониманием как многогранного «предметного поля» культуры, так и с недооценкой *социокультурного* подхода к имиджированию территориального субъекта. (См., например, выступления на секции «Развитие культуры – шанс для России занять достойное место в мире?» XII Международной конференции «The Baltic PR Weekend», 14.09.2012 г.)

Мы полагаем, что в связи с теоретической и практической актуальностью «включения» различных сегментов культуры в имидж/бренд территории, особенно – в ситуации стратегической задачи формирования позитивного внешнего имиджа России (и ее регионов/городов) - целесообразно говорить о *самостоятельном* (в рамках подходов к имиджмейкингу территориально-государственных образований) *социокультурном подходе*, а не только о «культурной составляющей» внешнего имиджа страны, как это предлагают некоторые авторы [См.: 5, с. 220-235].

Существуют различные подходы к понятию «культура», к составу и морфологии культуры: материальная-духовная-интеракциональная; идеациональная – идеалистическая – чувственная (П.Сорокин); диахронный-синхронный срезы культуры; культура-природа; культура-язык; культура-религия; культура-идеология; культура-цивилизация; «аполлоническое» - «дионисийское» начала культуры (Ф.Ницше); медленное, среднее и быстрое историческое время (и пространство) в

контексте культуры жизни народа, нации, страны и государства в целом, жизни среднего класса, жизни конкретных людей (Ф.Бродель); антропология места и времени как направление исследования культурного пространства города, использование архаических символов территории и др.

Можно назвать также теорию ценностей культуры социального психолога Ш.Шварца (Израиль), который предложил *три* основные оси «измерения» ценностей культуры: *автономия* личности (первостепенная значимость индивидуальных целей, предпочтений, чувств, мотивов) – в противоположность *включенности* личности в сообщество – т.е. ее идентификации с группой (приоритет ценностей социального порядка, уважения к традициям, безопасности семьи, сплоченных отношений индивида с группой); *равенство - иерархия; гармония – овладение*, а также основные ценностные ориентации. Ш.Шварц выделяет следующие ценности, мотивирующие поведение человека: безопасность (социальный порядок); конформность; традиции; доброта; универсализм (выход за пределы «Я», социальная справедливость, равенство); самостоятельность; стимуляция (захватывающая жизнь); гедонизм; достижение (успех); власть [6, с. 84-85].

В качестве методологического обоснования социокультурного подхода на наш взгляд, наиболее интересны, а также теоретически перспективны и эмпирически-операционально измеримы именно для формирования территориального имиджа/бренда) следующие *подходы к пониманию культуры*:

1. Выделение в системе культуры как ценностно-смысловой сферы общества трех взаимосвязанных подсистем: (1) *мировоззренчески-познавательной*, или *понятийно-концептуальной* культуры (наука, философия, религия); (2) *художественно-эстетической*, или *образно-ассоциативной* культуры; (3) *соционормативной*, или *практически-действенной* культуры (правовая, политическая, хозяйственно-экономическая культура, культура повседневности, обыденная мораль, этические представления) – концепт культуры *И.В.Кондакова* [7, с. 16-17].

Тогда бренд Санкт-Петербурга как центра российской культуры для разных целевых аудиторий может позиционироваться и «продвигаться» как «семантическая матрица», совокупный имидж различных модальностей культуры: не только как бренд отдельных коммуникативных событий - фестивалей моды, Дня города, праздника выпускников «Алые паруса», но и как бренды известных музеев, как архитектурно-парковый бренд, как бренд гранитных набережных, каналов и мостов города, как литературный бренд А.С.Пушкина, Н.В.Гоголя, Ф.М.Достоевского, поразному выразивших «душу Петербурга», как бренд киностудии Ленфильм, как бренд русской науки – от М.В.Ломоносова - Д.И.Менделеева – А.С.Попова - С.П. Боткина – Л.Н.Гумилева (и многих других ученых) - до Ж.И.Алферова и Г.Перельмана [8, с. 133-137].

2. *Неокантианская* методология рассмотрения культуры как в первую очередь - системы *ценностей*. При этом *аксиология* культуры в имиджмейкинге территории может рассматриваться по разным основаниям: (1) *ценности* (принципы

жизнедеятельности) *по отношению*: к природе; к себе; к другим людям; к семье и детям и др.; 2) *ценности*: витальные; социальные; гуманитарные; нравственные; эстетические; политические; религиозные и др.

Для каждого из этих концептов целесообразно разрабатывать свою систему имиджевых социокультурных характеристик, форм, событий с учетом как особенностей целевых аудиторий (различные группы туристов, местные жители, мигранты и т.д.), так и особенностей территориального субъекта.

Литература:

1. Цыганков П.А., Фоминых Ф.И. Антироссийский дискурс Европейского союза: причины и основные направления // *Общественные науки и современность*. 2009, № 2.
2. Галумов Э.А. PR в международных отношениях // *Информация. Дипломатия. Психология*. М., 2002.
3. См.: Гнатюк О.Л. Из жизни кафедр связей с общественностью и рекламы: новый курс - новые идеи – новые проекты. Программа курса «имиджмейкинг государства / региона // *RuPoR. Газета о развитии бизнес-коммуникаций*. 2011, 10-20 июня, № 48.
4. Гавра Д.П., Савицкая А.С. Структурная модель имиджа государства/региона для внешних и внутренних аудиторий // *Коммуникативные практики в современном обществе*. Сб. статей. СПб., 2008.
5. Шишкин Д.П., Журавлева Н.Н. Основные подходы к определению культурной составляющей внешнего имиджа государства // *Имидж государства/региона: современные подходы: новые идеи в теории и практике коммуникации: сб. научных трудов*. Вып. 3. СПб., 2009.
6. Карандашев В.Н. Концепция ценностей культуры Ш.Шварца // *Вопросы психологии*. 2009, № 1, январь-февраль.
7. Кондаков И.В. Русская культура: Краткий очерк истории и теории. М., 1999.
8. См.: Высоцкий В.Б. Санкт-Петербург в поисках бренда // *Концептуальные образы Санкт-Петербурга в современной российской и европейской культуре, искусстве и литературе: Материалы Межд. конф. 1 мая-2 июня 2010 г.* СПб., 2011.

Е.М. Гашкова

СОЦИОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

С появлением блогинга и социальных сетей в культуре и обществе произошли существенные социальные изменения. Особенно это стало заметно с появлением микроблогов («Твиттер»). Интенсивность связей в обществе, вовлечённость огромного числа пользователей в новую – сетевую – коммуникацию, проницаемость и интегрированность сетевого общения – вот основные сдвиги, которые происходят в обществе последних лет. Социальная иерархия в социальных сетях нивелируется или

другими словами, дистанция между людьми разного статуса практически отсутствует, что порождает своеобразную «новую демократию».

Скорость обращения информации возросла многократно, практически из любой точки возможно передать, то или иное сообщение «здесь и сейчас». На первый план выступает актуальность, факт присутствия, свидетельство непосредственного участия. Эти процессы изменили само содержание сообщений. Краткость – вот основной принцип, заключённый в технологические ограничения. Цельность и целостность аналитического текста замещается потоком информационных сообщений.

В разных странах проявляются свои особенности сетевой культуры. Рунет (Российское интернет-сообщество) является своеобразным медиaprостранством, неподконтрольным государству, с его цензурой, жёсткой иерархичностью, одиозной серьёзностью деклараций. Культура Рунета опирается на большую политическую вовлечённость пользователей, а также на большую социальную эффективность гражданского общества. Непосредственное, он-лайновое общение, например, с президентом страны, позволяет решить те или иные проблемы, практически в тот же миг. Высокопоставленные чиновники вынуждены подражать и перенимать новые способы коммуникации с населением, хотя не все граждане страны способны воспользоваться этой возможностью. Компьютерная грамотность разных поколений неравномерна.

Социальные сети выполняют ряд социальных задач, микроблог становится одним из главных средств коммуникации при планировании и функционировании в чрезвычайных ситуациях, в Америке Красный Крест сообщает о локальных ситуациях через Твиттер и т.д.

Особое место отводится в социальных сетях творчеству в том или ином виде. В Рунете, например, зарегистрировано порядка 40 тысяч поэтов! Сетевая литература («сетература») вышла в «реал», заняла своё особое место. Медиа-арт, видео-арт, нет-арт – развивающиеся области искусства.

Сложился специфический тип языковой коммуникации. Помимо чисто лингвистических особенностей, складывается особый психологический стиль русских пользователей - это стремление к философствованию, поиски смыслов в сочетании с агрессивностью и ненормативной лексикой. Всеобщей популярностью пользуется особый тип юмора, мемы, «луркмор», «Мопцепедия» и пр.

С распространением новых технических устройств социальные сети стали выстраиваться не по принципу институтов и землячеств, а по принципу доступности и интересов. Пространство вокруг нас, вещи начинают приобретать «информационную разметку». Мы считываем уже сейчас информацию о музейных экспонатах, зданиях, навигационные карты и схемы. Сходные сетевые «маршруты» способны объединять людей, создавать новые коммуникационные сценарии.

Все вышеизложенные позиции позволяют нам делать вывод о необходимости пристального изучения такого явления как «социальные сети». В американских университетах уже появилась новая специальность - «социология социальных сетей».

Бурный рост интернета в нашей стране позволяет надеяться, что научное обоснование и изучение этого явления приведёт к появлению особого раздела в социологии.

Г.Н. Чечикова

МЕДИАКУЛЬТУРА КАК НОВАЯ КУЛЬТУРНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

В современном научном дискурсе можно отчетливо проследить эволюцию понятия «медиакультуры» как доминирующей культуры информационного общества. При этом наряду с понятием «медиакультура», в теории используются также «аудиовизуальная культура», «экранная культура», «цифровая культура», «мультимедийная культура», «киберкультура» и другие близкие по смыслу. Однако предметом исследования данной статьи являются вовсе не точки соприкосновений и различий между ними, но обозначение, в самых общих чертах, того общекультурного контекста, который формирует новые дискурсионные поля в оценке самого феномена медиакультуры.

В 1986г. А. Ападураи, указывая на вездесущий характер средств массовой коммуникации в современных обществах, предложил термин «медиакультурный ландшафт». Однако в отечественной теории более распространенным является понятие «медиасреды». Исследователи отмечают, в этой связи, прежде всего доступность средств массовой коммуникации, которые, становясь частью повседневной жизни, превращаются «в решающий фактор жизни людей в современном мире» [1].

Известно также, что специфика медиакультуры определяется ее особой семиотической природой – кодирующей системой, которая функционирует в соответствии со своими собственными законами, – и техническими возможностями ее реализации.

На сегодняшний день одним из основных признаков медиакультуры исследователи считают полипарадигмальность, которая объясняется сосуществованием различных социокультурных моделей ее вербализации, эскалацией зрелищного пласта культуры, возникновением новых отношений между художественными и нехудожественными явлениями культуры, сетевой транскультурной гибкостью и т.д. Осмысление инновационного потенциала относительно нового термина связано с процессом глубокой трансформации социокультурной среды постсовременности и традиционной культурной парадигмы, а также с необходимостью прогнозировать саму динамику развития и перспективы информационного общества.

На открытие феномена медиакультуры и нового исследовательского поля оказали влияние: а) критика массового общества и аналитика масскульты; б) развитие

теории информационного общества; в) новые философские и социокультурные подходы, исследующие культуротворческий потенциал информационных технологий.

Рассмотрим в тезисах каждую из обозначенных нами позиций.

а) Начиная с 40-50-х годов XX столетия, после появления работ теоретиков Франкфуртской школы (Т. Адорно, Г. Хоркхаймер, В. Беньямин, Г. Маркузе и др.), – объектом критики западной философии стала «индустрия культуры» как механизм производства массовизированного обезличенного индивида.

Культуриндустрия в работах франкфуртских теоретиков рассматривалась как орудие осуществления «тотальной» формы господства «организованного общества» – своеобразного «тоталитарного универсума» «технологической рациональности». Как отмечал Г. Маркузе, личное пространство человека в подобном обществе уничтожается, и человек, составляя вместе с другими «молчаливое большинство», становится носителем потребительской идеологии. Индивиды приобретают такие характеристики, как ориентация на мнение других людей, поиск одобрения своих действий у окружающих, низкий уровень интересов, конформность, податливость чужим влияниям. Индустриальный способ производства культурной продукции отнимает у культуры такие ее исконные качества, как «уникальность» и «аура», которые будут полностью уничтожены «массовым воспроизведением» и «тиражированием» («серийностью») (В. Беньямин).

Характерно, что подобное критическое отношение к культуриндустрии как продукту массового общества и ее «субъекту» – «человеку-локатору» (Д. Рисмен), «одномерному человеку» (Г. Маркузе), «самоотчужденной личности» (Э. Фромм), – в постиндустриальных концепциях сменилось в целом достаточно лояльным ее восприятием. Во всех перечисленных выше теоретических системах значительное внимание отводилось информации, информационным технологиям и средствам коммуникации.

б) Аналитики информационного общества (Д. Белл, З. Бжезинский, Ж. Бодрийяр, П. Дракер, Э. Тоффлер, М. Кастельс, Ф. Уэбстер, У. Эко и др.) сформировали его теоретический фундамент, обобщая, прежде всего, изменения в базовых социальных институтах под влиянием новых информационных технологий. Важное место в таких исследованиях занимает осмысление аксиологических аспектов трансформации современной культуры под влиянием новых видов социальной коммуникации, и прежде всего телевидения. Его широкое внедрение в повседневную жизнь последних десятилетий становится доминирующей тенденцией развития медиакультуры в целом.

Исследователями постоянно подчеркивается техническая обусловленность медиакультуры. Ведь научно-технический прогресс, создавший мощные технические экранные артефакты, и является результатом взаимодействия человека с этими средствами отображения информации: кино-, телевизионной и компьютерной техникой. Это тип культуры, основным материальным носителем которой является «экранность» [2].

Экранная культура имеет следующие характерные черты: непосредственное подключение к миру чувственных восприятий субъекта; многократное увеличение дистанционности и оперативного взаимодействия от человека к человеку и от человека к машине; многосемантичность информации, которая приобретает некоторые качества мифа, не теряя при этом своей адекватности и объективности; выразительность средств и форм, благодаря которым телевидение и Интернет, как ранее кино, оказывают всё большее влияние на массовое сознание человечества.

в) Культуротворческий потенциал информационных технологий проявляет себя по мере того, как новые культурные формы, под воздействием нарастающих потоков информации, формируют все более и более технологичную медиасреду, которая видоизменяет модусы существования человека. Технические возможности новых средств коммуникации инициируют процессы глобализации культуры.

Отечественный исследователь А.В. Соловьев выделяет в динамике культуры информационного общества три этапа: «На первом этапе, возникнув как частная, узкоспециализированная технология коммуникации, интернет разросся в глобальную информационную среду. На следующем этапе параллельно развивающиеся технологии коммуникации (интернет, спутниковая связь, сотовая связь, телевидение (речь идет о цифровом телевидении – Г.Ч.) создали медиасреду, которая на третьем этапе <...> стала системой культурных кодов для всего человечества. Законы-коды этой среды сегодня определяют развитие человеческой культуры как системы»[3].

Современные исследователи, таким образом, рассматривают медиакультуру как масштабную, – со сложными культурными кодами, – знаковую систему, способную конструировать иные символические миры и играющую особую роль в создании нового человеческого универсума.

Примечания:

1. Цит. по: Российская социологическая энциклопедия. – М, 1998. С. 533.
2. Новые аудиовизуальные технологии / Отв. ред. К.Э. Разлогов. – М., 2005.
3. Цит. по: Соловьев А.В. Динамика культуры информационной эпохи. Монография. – Рязань, 2009. С. 32 – 33.

КОММУНИКАЦИИ В «МЕЖКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ» – ИСТОРИКО-ГНОСЕОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Москва, Национальный исследовательский университет «МИСИС»

«Превращение зримого в рассказываемое
неизбежно увеличивает степень
организованности»
Ю. Лотман

Парадоксальность (и одновременно очевидность) сочетания понятий «коммуникативные стратегии информационного общества» связана с сопряжением информационного (передача содержания) и коммуникативного (понимания содержания). Сама по себе информационность должна, вероятно, вести к тотальности и абсолютности коммуникации. И тогда они превращаются в эквивалентные понятия.

Семиотика, как точно и емко сформулировал Ю.М. Лотман – это «наука о коммуникативных системах и знаках, которыми в процессе общения пользуются», подразумевающая отношения «я сказал – ты понял» [1]. Лотман выделяет три вопроса: о механизме передачи информации, надежности передачи информации (и сомнениях в надежности) и значении «понимания». Вопрос «понимания» - пожалуй, важнейший, все остальное включено в «понимание», так как именно понимание позволяет отличить «информацию» т.е., понимаемое нами (степень в данном случае не важна) от «шума» (непонятого и поэтому не слышного (не слышимого?). Стремление человека и «человеков» к «облегчению» понимания или перевода чужого на свое существовало всегда, принимая, порой, весьма странные формы. Об одном варианте напоминает Ю. М.Лотман: это коммуникации ученых Джонатана Свифта из путешествий Гулливера: ученые Великой Академии Лагадо исходили из того, что слова суть названия вещей, поэтому гораздо удобнее не говорить (изнашиваются легкие), а предъявлять вещи, которые мы должны носить для выражения наших мыслей и желаний. И как пишет Свифт, единственным неудобством при ведении пространственных разговоров приходится таскать большой узел с вещами (для коротких разговоров носили все необходимое в кармане). Похоже, проблем с пониманием при демонстрации предметов вместо слов в Лагадо не возникало. И Свифт замечает, что этим способом «можно пользоваться как всемирным языком, понятным для всех цивилизованных наций, ибо мебель и домашняя утварь всюду одинакова или очень похожа, так что ее употребление легко может быть понято» [2].

Иллюзия универсальности и понятности (способности к коммуникации как «сказал-понял», особенно при опоре на предметный мир, была разрушена в конце 19 века, когда о «сходной» со Свифтом ситуации говорит Оскар Уайльд: «Если я вижу лопату, я и называю ее лопатой». – «Рада довести до вашего сведения, что я никогда в жизни не видела лопаты»[3] – когда невербальное, предметное, сиящееся заменить

вербальное как однозначное, ставится под вопрос. Аутентичный метод понимания-перевода предложил примерно в тот же временной период (начало 20 века) Шпенглер: «смотрением» на свое как на отдаленный горный хребет или смотреть на свою культуру «глазами бога».

Позднее проблема понимания трансформируется в нечто иное. Что оказывается перед нами: коммуникация или трансляция? Особенно если речь идет о взаимодействии разных культур (или даже разных, очень отдаленных друг от друга периодов одной и той же культуры). Историк жестко встроен в свою культуру, зафиксирован в ней, и положением и пониманием, и возможность коммуникации это не облегчает. Как сделать позицию и понимание историка подвижным. Вот как об этой возможности пишет Лотман: «Взгляд историка – это вторичный процесс ретроспективной трансформации. Историк смотрит на событие взглядом, направленным из настоящего в прошлое. Взгляд этот по самой своей природе трансформирует объект описания. Хаотическая для простого наблюдателя картина событий выходит из рук историка вторично организованной»[4]. С точки зрения Лотмана, в «эффективной коммуникации» должна присутствовать иная возможность: «Пастернак,...приписав Гегелю высказывание Ф.Шлегеля...Однажды Гегель ненароком/ И, вероятно, наугад/ Назвал историка пророком,/ Предсказывающим назад» [5], в которой воссоздание прошлого связано с «...психологической потребностью переделать прошлое, внести в него исправления, причем пережить этот процесс как истинную реальность» [6].

Межкультурная коммуникация подразумевает наличие культур и отношения (коммуникации) между ними. Если мы обернемся назад, в прошлое, то проблема понимания выглядит следующим образом: в языческом мире существовала оппозиция «свой-чужой («греки-варвары»)), понимание означало рационализацию содержания (смысла «своих, произнесенных на греческом») через философствование, Античная коммуникация берет свое начало в Логосе, организующем Космос. Столкновение культур (возникновение межкультурного пространства) не приводило к коммуникации, оппозиция делала коммуникацию невозможной.

Христианский мир и возможность всех остальных народов стать христианами, привел к тому, что оппозиция «свой – чужой» стала временной, доводил возможность коммуникации («и облекшись в нового, который обновляется в познании по образу Создавшего его, где нет ни Еллина, ни Иудея, ни обрезания, ни необрезания, варвара, Скифа, раба, свободного, но все и во всем Христос» [7]) до тотального равенства посредством веры, коммуникация возникала как необходимость доведения текстов (в том числе и древних, требующих ПОНИМАНИЯ - экзегезы) до всех христиан. Коммуникация в Христианском мире наднациональна, осуществляется через Бога, и понимание гарантировалось Богом.

Новое время, в его наиболее концентрированной форме – философии Иммануила Канта представило иной срез проблемы понимания. По Канту, содержание сознания«... есть самосознание, порождающее представление я *мыслю*, которое должно иметь возможность сопровождать все остальные представления и

быть одним и тем же во всяком сознании; следовательно, это самосознание не может сопровождаться никаким иным [представлением], и потому я называю его также *первоначальной апперцепцией*. Единство его я называю также *трансцендентальным* единством самосознания, чтобы обозначить возможность априорного познания на основе этого единства. В самом деле, многообразные представления, данные в некотором созерцании, не были бы все вместе *моими* представлениями, если бы они не принадлежали все вместе одному самосознанию; иными словами, как мои представления (хотя бы я их и не признавал таковыми), они все же необходимо должны сообразоваться с условием, единственно при котором они *могут* находиться вместе в одном общем самосознании, так как в противном случае они не все принадлежали бы мне» [8]. Основой и источником понимания (коммуникации) вновь разум, только цель понимания отличалась от цели, которую ставил эллинский мир.

Герменевтика (начиная с Фридриха Шлейермахера), осознавшая временные, географические и культурные (цивилизационные) проблемы понимания, сформулировала возможность, хотя и ограниченного, но понимания «иного» как проблему перевода с ОДНОГО языка (страны, эпохи, религии) на ДРУГОЙ. «Философия жизни», особенно Шпенглер и Зиммель понимание рассматривала как иррациональную деятельность сознания по освоению целостности «жизни». Вербальные коммуникации – первыми подверглись «переводу» или деятельности герменевтики.

Проблемы, или вернее «беспроблемность» невербальной коммуникации были использованы Освальдом Шпенглером. Анализируя феномены культуры именно из сферы невербальной коммуникации: в прямом смысле этого слова смысла – скульптуру, архитектуру, музыку, живопись, парковую культуру – философ утверждал, что только невербальные формы проявления культуры (ее коммуникации посредством своих феноменов как внутри одной культуры, так и с другими культурами) отвечают ее сущности – душе культуры, и поэтому именно они должны быть или поняты – в пространстве одной культуры, или проинтерпретированы – в межкультурном пространстве, так как поняты они быть не могут.

Для Шпенглера проблема понимания, а, следовательно, возможность коммуникации, подразумевала выделение смыслообразующих исходных невербальных символов, из которых «вынимались» - вычитывались все остальные. Вербальные символы, особенно важные в письменных культурах – культура в этом случае ВСЯ выглядит как текст, у Шпенглера привязывались к невербальным и существовали только через Исходный символ. Межкультурное пространство, по мысли Шпенглера, абсолютно, не связывает культуры, напротив, их разъединяет, выступая только как место существования культур.

Невербальная коммуникация для автора «Заката Европы» предпочтительнее вербальной в силу ложности слова, его идеологической и «культурной» деформации: слово умирает быстро и не может стать объектом коммуникации, особенно в пространстве времени. Тем более, в межкультурной коммуникации. Невербальная коммуникация внутри одной культуры возможна именно через «стилевое» единство

всех феноменов ее, когда феномены, отражая «душу культуры» прочитываются один через другой. Трудности начинаются, если «общение-понимание» возникает между сосуществующими в одном временном пространстве, но разными культурами. В этом случае необходимо речь заходит об «универсальном переводчике» и о константных структурах (формальных) культур, дающих надежду на возможность частичной коммуникации.

Коммуникация Шпенглера во всех случаях существовала и осуществлялась через историю, историческое пространство жизни человечества. Шпенглер говорил о правильной и неправильной коммуникации (понимании). Правильная коммуникация осуществляется харизматическим историком, верно воспроизводящим то, что только он способен правильно понять, осмыслить коммуникации прошлого или с прошлым. Неправильная коммуникация – описание межкультурного пространства всеми остальными желающими понять содержание этих коммуникаций.

Сущность, проявление и формы коммуникации определены и определяют характер эпохи. Стремление «Философии жизни» и иных направлений философии Германии начала двадцатого века достичь глубинных основ бытия, недеформированного социальностью, определили и тот слой духовного бытия, который является содержанием и смыслом коммуникации. В противоположность «говорению», сфере языка, и Освальд Шпенглер и Теодор Лессинг, отходя от вербальной коммуникации к коммуникации посредством материальных символов, делают основой и сущностью коммуникации именно этот ее вид. И это странным образом приводит к пророчеству и потрясающим открытиям. Интерпретируя «следы» этой коммуникации, Шпенглер (в середине 20-ых годов XX века) говорит о необходимости создания Единой Европы и пишет о крушении Германии после прихода Гитлера к власти и вовлечении страны своей властью в трагическую для Германии войну, Лессинг говоря о странах «вечера» (Abendlandisch) и странах «утра» (Morgenland), обращает внимание читателя на открытия Резерфорда, и возможности использования его для создания сокрушительного оружия (в 1918 году), делающего его владельца хозяином Земли. Лессинг пишет: какая из стран первая новые дизельные моторы и самолеты построит или использует, будет грабить другие страны.

Две позиции – классической герменевтики – от Шлейермахера – анализ вербальных символов (текстов) и неклассической – от Шпенглера – анализ невербальных символов («материальных» осязаемых форм культуры) попробовал соединить Теодор Лессинг – в «Закате Земли в духе» [9] и «Придании смысла бессмысленному» [10]. Если у Шпенглера коммуникация разворачивалась органично разворачиванию истории, вырвавшей человечество из природной почвы и преобразовавшей природное в социальное, коммуникация – это вживание-понимание чужого, то Лессинг говорит о возможности коммуникации как о «действительности сознания», трагическом выпадении человека из природы, разрывом человека с ней. Коммуникация означает разрушение природного единства, торжество духа (разума) и как следствие – придание смысла бессмысленному. Осмысление – понимание стало

необходимо человеку, для которого умерло естественное, возник дух, для которого появляется понятие смысла, структуры, организации (порядка), духу необходимо оценивать, видеть закономерность.

Шпенглер говорил о возможности коммуникации в социальном (истории), Лессинг – о мифологизирующей деятельности сознания, коммуникации как трагическом разрыве с природой. История Шпенглера – коммуникация с прошлым и настоящим, история Лессинга – строительство идеала, единственный для жизни человека миф. История у Лессинга родилась из фантазии, содержание ее есть исполнение желаний и поощрение надежды. Поэтому важна не коммуникация во времени и пространстве – межкультурная коммуникация – история должна человека от действительности освободить. Коммуникация – это пророчества из сна, гадание на внутренностях или птичьих полетах – наша человеческая беспомощная логика, утверждает Лессинг. В результате коммуникации, внесении смысла в бессмысленное, человек становится домашним животным, глупым животным, прирученным и омещаненным.

Коммуникация, отражая или принимая облик своей эпохи, содержательна сама в себе. И Шлейермахер, и Шпенглер, и Лессинг, говоря о возможности понимания непонятого, чужого, перевода его, то есть признавали существование различия бытия коммуникации и как онтологии и как гносеологии.

Каждый раз, предъявляя конкретные технологии понимания, философия искала либо создавала эти технологии, но они носили творческий, активный и интеллектуальный характер. Глобализация – стандартизация - технологичность как сущность нашего современного мира приведут к унифицированному (в большей или меньшей степени) миру, для которого из коммуникации выпадет смысл «понимания» и в остатке можно будет говорить именно и только об информации и информационном обществе. И в этом случае общества-культуры превращаются в ЕДИНОЕ информационное общество, в котором одно из обществ-культур «поглощает» все остальные.

Литература:

1. Лотман Ю.М. Семиосфера. Культура и взрыв. СПб., 2010. С.6
2. Свифт Дж. Путешествия Гулливера. М., 1947. С. 376
3. Уайльд О. Избранные произведения в двух томах. М., 1961.С.273
4. Лотман Ю.М. Семиосфера. Культура и взрыв. СПб., 2010. С.25
5. Лотман Ю.М. Семиосфера. Культура и взрыв. СПб., 2010. С.111
6. Лотман Ю.М. Семиосфера. Культура и взрыв. СПб., 2010. С.111
7. Библия. Посл. Колос. Гл. 3., ст. 10-11.
8. Кант И. Критика чистого разума. Соч.: В 6 т. М., 1964. Т. 3. С. 191- 192.
9. Lessing Th. Europa und Asien. Der Untergang der Erde am Geist. – Hannover, 1924.
10. Lessing Th. Geschichte als Sinngebung des Sinnlosen. – Lpz., 1927

ПРОСТРАНСТВО И СУБЪЕКТЫ СОВРЕМЕННОГО МЕЖКУЛЬТУРНОГО КОММУНИКАТИВНОГО ПРОЦЕССА

Санкт-Петербург, минерально-сырьевой университет «Горный»

Проблемы межкультурной коммуникации являются важной доминантой развития национальных культур. Это обусловлено, прежде всего, тем, что хотя изначально между культурами разных народов существовали и существуют различия, в основе которых, в свою очередь, лежат особенности формирования и развития различных народов и их самоидентификации, в современных условиях глобализации и интенсификации процессов взаимодействия в экономической, политической, культурной сферах общественной жизни ни одна национальная культура не в состоянии реализовать потенциал собственного развития вне взаимодействия с другими национальными культурами.

Более того, межкультурная коммуникация объективно является необходимым условием для развития национальных культур в силу того, что «у истоков происхождения сознания «Я» лежит присутствие «Ты»... Только в диалоге, в споре, в противостоянии, а также в устремлении к новой общности создается сознание моего «Я» как существа самосущего, отличного от иного. Я знаю, что я емь, потому что знаю, что Иной есть»[1, с.43].

Современная цивилизация – это многокультурный мир, а межкультурный диалог только подтверждает эту многокультурность и подчеркивает ее (многокультурности) ценность: «наша планета, правда, всегда была многокультурной, с незапамятных времен люди говорили на ней разными языками и верили в разных богов, но судьба мира пошла так, что в последние пять веков над нами господствовала европейская культура или цивилизация и поэтому, говоря «мы», мы имели в виду: мы, все люди, — хотя речь шла только о нас, европейцах. Однако сегодня мы начинаем уже необратимо входить в эпоху, когда простое равенство «мы = европейцы» поставлено под сомнение продолжающимися историческими переменами» [2]. Потому альтернативы межкультурному диалогу нет и не может быть, так как отсутствие такого диалога – это путь самоизоляции, обособления наций, закрытие границ, отсутствие возможности восприятия и адаптации чужого опыта, что, в свою очередь, неизбежно становится плодотворной почвой для межнациональных конфликтов.

Для большинства государств с полиэтничным составом населения на протяжении всего XX столетия характерны социальные конфликты с национальным/этнонациональным содержанием. Разрешение межнациональных конфликтов посредством, в том числе, развития межкультурной коммуникации невозможно без понимания истоков (корней) таких конфликтов, которые лежат, как уже отмечалось, в особенностях формирования различных наций и их

самоидентификации. Причем, в числе таких особенностей формирования наций и их самоидентификации считаем необходимым выделить воздействие такого фактора, как пространство.

В данном случае имеется в виду то, что все известные мировые этносы развиваются в определенном типе пространства (по Ж.Делезу). Другими словами, европейские, африканские, азиатские и другие этносы формировались и развивались в отличающихся друг от друга типах пространства.

Мы не случайно обратились к взглядам такого выдающегося философа XX века, как Жиль Делез. Его теоретическое наследие, особенно, в том что относится к пониманию влияния фактора пространства на собирание социальных конструкторов, представляется, на наш взгляд, методологически важным и продуктивным для понимания и раскрытия проблемы межкультурной коммуникации в современном мире.

Как отмечает Ж.Делез, тип пространства сконструирован и воспринят особым образом – он одновременно построен по принципам соединения и неоднородности и принципу множественности[см.:3, с.12-14]. Где принцип соединения и неоднородности представляет собой схему, при которой «любая точка...может – и должна быть – присоединена к любой другой точке»[3, с.14], следовательно, мы можем говорить о том, что при создании (конструировании) национальных государств в европейской цивилизации происходило объединение не по строго определенным границам этнокультурных ареалов, а более широким – биологическим, политическим, экономическим. Таким образом, отталкиваясь от принципа соединения и неоднородности, мы переходим к принципу множественности. Здесь «нет единства, которое служило бы стержнем в объекте или разделялось в субъекте.... У множества нет ни субъекта, ни объекта, есть только определения, величины, измерения...»[3, с.12], то есть, объединение в единое по биологическим, политическим, экономическим и географическим аспектам и границам не может быть полностью однородным, всегда существуют, пусть минимальные, но отличия, которые и образуют множественность, а, впоследствии, конструируют определенное мышление, мировоззрение, схему поведения, которые, в свою очередь, порождают многообразие форм самоидентификации и самовыражения.

Но в современном глобальном мире границы размываются и пространство становится единым. Размытие границ пространства, в которых развивались и развиваются цивилизации, культуры и нации приводит к необходимости межкультурной коммуникации и вскрывает фундаментальную разницу между ними. Что, в свою очередь, делает необходимым понимание этой разницы для того, чтобы диалог мог стать возможным.

Другими словами, необходимость и ценность межкультурной коммуникации проистекает из осмысления «разности» наций и их национальных культур. При этом, осмысление подобной «разности» невозможно вне процесса соотнесения культуры собственного народа с культурой иных народов («свое – иное», «свое-чужое»). В этом контексте считаем важным отметить, прежде всего, что совокупность опыта,

способов действия, традиций, сложившихся мнений и других явлений культуры, которые, например, Дюркгейм называет «коллективными представлениями» [цит. по: 4, с.395], являются продуктом длительного развития общества и обеспечивают его (общества) устойчивость. В свою очередь, по Дюркгейму, общество - это ценностно-нормативная система, система символов, обеспечивающая интеграцию и взаимодействие между людьми, и необходимо различать реальные (социально необходимые) функции такого явления, как общество, от сознательно формулируемых целей: «...общие идеи, которые религия или наука внедряют в наш ум, интеллектуальные операции, которые эти идеи предполагают, верования и чувства, которые составляют суть нашей моральной жизни — все эти высшие формы психической активности, которые в нас пробуждают и развивают общество, не находятся на поводу у тела как наши ощущения и кинестетические состояния. Мир представлений, в котором разворачивается социальная жизнь, надстраивается над своим материальным субстратом, а никак не проистекает из него» [4, с.384-386].

Конструирование мировоззрения, выстраивание самоидентификационной модели происходит через передачу и усвоение этнокультурной информации. Как передача, так и усвоение этнокультурной информации происходит различными путями: бессознательно и осознанно, и в разных формах: материальной и духовной культурах [см.: 4, с.110]. И, следовательно, «этноты представляют собой пространственно ограниченные «сгустки» специфической культурной информации, а межэтнические контакты — обмен такой информацией» [4, с.110]. Особенно отчетливым механизмом передачи такой информации является язык, который может выступать «в качестве условного знака принадлежности его носителей к определенной группе» [4, с.110].

В современном мире нации и этноты, как субъекты коммуникативного процесса, представляют собой определенные социальные конструкты, выстроенные посредством самоконфигурирования, которое, в свою очередь, происходит под влиянием различных факторов: традиционно-культурных, культурно-исторических, территориальных, экономических, языковых. При этом в качестве сегментов, составляющих тот или иной субъект коммуникативного процесса, выступают общности и социальные феномены, из которых, собственно, складывается общество как пространство совместного проживания и в которых отражаются понимание и принятие другого, как части собственного мира.

Понятно, что при этом комбинаторика сегментов, равно как и процесс их формирования (зарождения), может быть разной для разных обществ, государств, наций, этноты, индивидов, из чего, в конечном счете, проистекают содержательная характеристика и особенности конкретного общества или подсистемы. Например, одна нация обладает собственным национальным государством, а другая — нет, у одной нации религия изначально была «своей», другая — приняла «чужую» религию, и т.д. Подобная «разность» собирания предопределяет, в свою очередь, соответствующие различия между нациями с точки зрения их интересов, вектора развития, ценностных ориентаций и т.д. и, следовательно, закладывает разные формы

взаимодействия, которые, в свою очередь, приводят к существующим и существенным проблемам в межкультурном коммуникативном процессе. Но при этом процессы самоконфигурирования наций и этносов включают в себя общую константу: культурную самоидентификацию, то есть, сборку себя по определенным, присущим только этой нации или этносу, традиционным культурно-историческим признакам.

Необходимо обратить внимание на то, что современные процессы глобализации мирового развития не могут не восприниматься тем или иным этносом как угроза своему будущему, как угроза утраты им своей самобытности, уникальности собственной культуры. При этом важно также отметить, что глобализация, в силу особых исторических, географических, культурных и иных причин, наиболее остро воспринимается как угроза собственному развитию именно европейскими этносами.

Таким образом, есть основания полагать, применительно к конструкции современных этносов, наций, государств – субъектов, вступающих в межкультурный коммуникативный процесс, что «географическое пространство в этом случае выступает не чем иным, как следствием целенаправленных мыслительных или философских усилий исследователя, непосредственно и «воочию» формирующего это пространство вокруг себя. Оно представляется как тотально-ментальное, конкретные географические координаты оказываются лишь продуктом географически ориентированной мысли»[5].

При этом межкультурная коммуникация, диалог культур скоалывается тем легче, чем ближе по своим особенностям типы пространства, в условиях которых сформировались те или иные нации и этносы. Другими словами, несмотря на то, что преодоление национальных и культурных различий, нахождение точек соприкосновения – всегда сложный процесс, тем не менее европейские народы имеют общие культурные черты, которые отличают их от китайского или арабского мира и благодаря которым им, европейским народам, легче «находить общий язык».

Сохраняющаяся в современном мире множественность этнической идентичности, соединенная со стремлением сохранить самобытность собственной культуры содержит, безусловно, потенциально условия для столкновения разных моделей поведения представителей этнических групп. Постоянно возрастающие темпы культурно-исторического развития народов стимулируют межэтнические взаимодействия и выводят на первый план необходимость выработать универсальную схему межкультурного коммуникативного процесса, основанного на взаимоуважении и понимании многогранности его субъектов. При этом совершенно очевидно, что пространство, в котором развиваются современные нации и этносы, под влиянием процессов глобализации во все в большей степени становится общим, единым. Потому прав, безусловно, испанский философ Х. Ортега-и-Гассет: «Цивилизация — это прежде всего воля к сосуществованию. Дичают по мере того, как перестают считаться друг с другом. Одичание — процесс разобщения»[6, с.326]. И чтобы не происходило разобщения, необходимо следовать определенному своду правил, основанных на знании истории и ее уважении — это «основа культуры»[6, с.323].

Литература:

1. Тишнер Ю. Избранное. Том 2. Философия драмы. Спор о существовании человека, М., 2005.
2. Капусцинский Р. Иной в глобальной деревне. Жур. Новая Польша, Варшава, №2, 2007/<http://www.nowpol.ru/index.php?id=764>.
3. Делез Ж., Гваттари Ф. Капитализм и шизофрения/Тысяча плато. Из-во У-Фактория, Астрель, 2010.
4. Манхейм К. Избранное: Социология культуры. М.; СПб.: Университетская книга, 2000.
5. Замятин Д.Н. Феноменология географических образов (географическое пространство и философия). <http://ruthenia.ru/logos>
6. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры./Восстание масс. М. 1991.

Е.Г. Кривых

КОММУНИКАТИВНЫЙ МЕТОД КАК ГУМАНИТАРНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В ИССЛЕДОВАНИИ МЕГАПОЛИСА

Московский государственный строительный университет

Гуманитарные технологии являются «набором тщательно выверенных и научно обоснованных приемов и специальных техник непрямого воздействия гуманитарных технологов на общество (через управление социальным поведением)» [1]. В этом аспекте анализ социальных практик коммуникации в условиях современного мегаполиса с целью создания комфортной среды жизнедеятельности является очевидным примером их действия.

Город - исторически обусловленная и развивающаяся система коммуникации, в которой в разные эпохи выдвигаются в качестве определяющих разнообразные формы активности людей. В индустриальную эпоху в рассмотрении города доминировало представление его как «большого завода». По мере усиления процесса глобализации как создания единого рыночного и информационного пространства на первый план в выделении мировых городов выходят характеристики их как финансовых центров. В последние годы это преувеличенное внимание к формированию единого мирового экономического пространства было подвергнуто критике из-за излишнего “экономизма”. Формой, выражающей особенности современной урбанизации, является мегаполис, крупнейшая форма городского расселения, возникающая в результате слияния нескольких городов и характеризующаяся общностью экономики, инфраструктуры, высокой плотностью населения.

Коммуникативный подход как теоретический инструмент исследования мегаполисов позволяет рассматривать их в функциональной и ценностной динамике, понять развитие и функционирование социальной системы как коммуникативного

механизма, раскрыть содержание кодов как структурно определяющих элементов. Анализируя развивающиеся социальные практики информационного общества, М.Кастельс говорит об «увеличивающемся разнообразии структур социальности» [2, 153]. Мегалополис - глобальная горизонтальная коммуникация, формирующая сетевое общение, отличающееся гибкостью, способностью адаптации, расширяющее возможности индивидуального самовыражения. Специфика философского подхода проявляется в анализе «пространства кодов» архитектуры, системных связей в градостроительных решениях, организации элементов городской среды, структуры информационных и транспортных потоков в целостном единстве.

Одна из важнейших градостроительных задач - создать культурный ландшафт, способствующий развитию коммуникативного взаимодействия. Социологи давно отметили, что количество взаимодействий за пределами застроенного окружающего пространства сокращается. Знаменитая американская исследовательница Дж.Джекобс в книге «Смерть и жизнь больших американских городов» рассматривала эти полосы недостаточного использования, как предельную примитивизацию городской среды, являющуюся следствием нехватки жизненной энергии.

В проектах «Большого Парижа», амбициозной программе преобразований столицы Франции, огромное внимание уделено созданию неоднородной городской среды и метрополитанских коммутаторов, то есть мест, реализующих взаимодействие частной и общественной жизни. Архитекторы, анализируя градостроительный опыт, отмечают: «создать крупные благополучные городские кварталы с нуля пока не получается, необходимо соединять типологию и морфологию» [3,125], то есть создавать контекст жизнедеятельности, сочетающий многообразие культурных кодов. В словаре архитекторов актуализированы термины: непрозрачная, многозначная форма, лёгкая и быстро демонтируемая инфраструктура, ««текучая», «флюидная» архитектура.

Фактически город существует как «программируемая сеть коммуникаций», но в современном состоянии его форма не определяется фатально функциональным значением. «Новая урбанистика» представляет идею открытого пронизываемого пространства метрополии, которое образуется на основе динамичного интерактивного взаимодействия смыслов, заложенных создателями, проектировщиками, и значений, придаваемых реципиентами, в качестве которых выступают обитатели, горожане.

Литература:

1. <http://www.ht.ru/cms/component/content/article/1-2009-10-07-15-17-12/587---q-q>
2. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург, У- Фактория, 2004. - 328 с.
3. Журнал по мировой архитектуре ПРОЕКТiNTERNATIONAL. № 29. 2011.

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ЗНАКОВО-СИМВОЛИЧЕСКИЙ АППАРАТ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

Украина, Харьков, Национальная академия городского хозяйства

Современная стадия развития мирового сообщества во многом связана с развитием средств массовой коммуникации, ростом значимости информационного фактора во всех сферах жизнедеятельности человека. Именно поэтому ее характеризуют как стадию формирования информационного общества. Информационное общество предполагает существование сетей трансляции разноуровневой информации и развитие системы знаково-символических средств, которые необходимы для ее передачи. Знаково-символический аппарат коммуникации обладает самостоятельными ресурсами, ориентированными на освоение информационного пространства, создание необходимых образов явлений, предполагаемых в той или иной сфере жизнедеятельности современного человека. Он является властным средством, позволяющим формировать сознание, задавая его ценностно-смысловые горизонты. Именно поэтому тема знаково-символических средств коммуникации становится сегодня предметом анализа не только специалистов в области теории коммуникации, но и социальной философии [См.:1-4].

Проблема знаково-символических средств коммуникации становится особенно значимой в свете процесса глобализации, который немислим без становления единого мирового информационного пространства. Его появление сопряжено с утверждением политического и экономического лидерства стран Запада, реализуемого с помощью использования ресурсов информационного пространства. Глобализация как реальность и тенденция мирового развития происходит в условиях культуры постмодерна. Культура постмодерна характеризуется мозаичностью, сочетанием разнородных способов интерпретации мира и жизнедеятельности. При помощи каналов массовой коммуникации многообразие культур становится реальностью информационного пространства, оказывая обратное воздействие на западный мир. Знаково-символические средства коммуникации со всей очевидностью обнаруживают свою властную функцию в глобализирующемся мире.

Современные города все в большей степени стремятся стать самостоятельными субъектами процесса интеграции в пространство стремительно глобализирующегося мира. Именно поэтому сегодня столь значимо осмысление идущих в нем коммуникативно-информационных процессов в ключе синтеза перспективных социальных стратегий XXI века.

Методологией исследования выступает философия У. Эко, ибо она позволяет наиболее объективно исследовать проблему знаково-символических средств коммуникации в современном городе. В философии У. Эко знаки рассматриваются как система, значение которой определяется через код. Структура знака,

предлагаемая У. Эко, представляет собой динамическую модель: означаемое, код и \или лексикод и референт, где означающее играет ведущую роль. Причем, наличие референта в этой модели не является детерминирующим, вследствие смыслопорождающей функции означающего. Код определяет денотативные значения знака, лексикод - коннотативные значения. Следовательно, знаковые формы имеют неограниченное количество возможных значений. Означающее становится не только смыслопорождающей, но и смыслоподменяющей формой. Система кода становится механизмом создания знаковых форм. Последние превращаются в некий инструмент создания реальности, вне зависимости от действительности существования референта. Актуализация значений становится детерминирующим фактором существования знака. Наиболее рельефно это можно наблюдать на примере современного города.

Эко Умберто видит в архитектурных сооружениях города не только объекты, характеризуемые исполняемой ими функцией, но и объекты коммуникации [5, с. 257]. «В этом смысле возможности, предоставляемые архитектурой (проходить, входить, останавливаться, подниматься, садиться, выглядывать в окно, опираться и т.д.), суть не только функции, но и, прежде всего, соответствующие значения, располагающие к определенному поведению» [5, с. 262].

Описывая коммуникативные возможности архитектуры города, автор отмечает, что «значащие формы, коды, формирующиеся под влиянием «узуса» и выдвигающиеся в качестве структурной модели коммуникации, денотативные и коннотативные значения – таков семиологический универсум, в котором интерпретация архитектуры как коммуникации может осуществляться на законных правах и основаниях. В этом универсуме не предполагается отсылки к реальным объектам, будь то денотаты или референты, а равно и к наблюдаемым актам поведения. Единственные конкретные объекты, которыми в нем можно оперировать, это архитектурные объекты в качестве значащих форм. В этих пределах и следует вести речь о коммуникативных возможностях архитектуры» [5, с. 269].

Современный город представляется совокупностью знаков и символов, денотирующих (означающих) утилитарные функции своих сооружений и коннотирующих его символический смысл. Умберто говорит о «функциональной» денотации и «символической» коннотации [5, с. 276]. С течением времени первичные и вторичные функции могут изменяться, исчезать и восстанавливаться, что отличает жизнь форм, будучи и обычным делом, и нормой восприятия произведений искусства. «Это особенно бросается в глаза в архитектуре – области, относительно которой общественное мнение полагает, что она имеет дело с функциональными объектами, однозначно сообщающими о своей функции» [5, с. 280].

Для объектов потребления, существующих во времени и в пространстве города, характерно непрекращающееся преобразование первичных функций во вторичные и наоборот. Эко Умберто дает возможную классификацию такого рода случаев: некий объект потребления в разные исторические эпохи и в разных социальных группах может пониматься по-разному.

1. А) Первичная функция утрачивает смысл. Б) Вторичные функции, в известной мере, сохраняются. (Это случай с Парфеноном, который больше не культовое сооружение, при этом значительная часть символических коннотаций сохраняется благодаря достаточной осведомленности о характере мироощущения древних греков).

2. А) Первичная функция сохраняется. Б) Вторичные функции утрачиваются. (Старинные кресло или лампа, взятые вне своего исходного кода и помещенные в другой контекст – например, крестьянская лампа в городской квартире – и сохраняющие свою прямую функцию, поскольку ими пользуются для сидения или освещения).

3. А) Первичная функция утрачивается. Б) Вторичные функции утрачиваются почти полностью. В) Вторичные функции подменяются обогащающими субкодами. (Типичный пример – пирамиды. Ныне как царские могилы они не воспринимаются, но и символический, астрологогеометрический код, в значительной мере определявший реальную коннотативную значимость пирамид для древних египтян, также большей частью утрачивается. Зато пирамиды соозначают множество других вещей – от пресловутых «сорока веков» Наполеона до литературных коннотаций разной степени весомости).

4. А) Первичная функция преобразуется во вторичную. (Это случай *ready made*: предмет потребления превращается в объект созерцания, чтобы иронически соозначать собственную прежнюю функцию. Таковы увеличенные комиксы Лихтенштейна: изображение плачущей женщины не изображает более плачущей женщины, означая «картинку из комикса», но, помимо прочего, оно изображает: «женщину, плачущую так, как обычно плачут женщины в комиксах»).

5. А) Первичная функция утрачивается. Б) Устанавливается другая первичная функция. В) Вторичные функции модифицируются под влиянием обогащающих субкодов с дополнительными оттенками значений. (Например, деревенская люлька, превращенная в газетницу. Коннотации, связанные с декором люльки, преобразуются в иные, обретая смысл близости к народному искусству, экзотичности, напоминая некоторые тенденции современного искусства).

6. А) Первичные функции не вполне ясны с самого начала. Б) Вторичные функции выражены неотчетливо и могут изменяться. (Таков случай с площадью Трех властей в Бразилиа. Выпуклые и вогнутые формы амфитеатров обеих Палат, вертикаль центрального здания не указывают напрямую ни на какую определенную функцию – амфитеатры больше похожи на скульптуры и не вызывают ассоциаций конкретно ни с чем. Горожане сразу решили, что вогнутая форма Палаты депутатов символизирует огромную миску, из которой народные избранники хлебают народные денежки) [См.: 5, с. 280–282].

Анализируя системы городских кодов, Умберто отмечает, что чаще всего имеет в виду типологические коды, подчеркивая, что есть такие конфигурации, которые открыто указывают на свое значение: церковь, вокзал и т.д. Типологический подход представляет собой только один, причем наиболее очевидный, из используемых

подходов кодификации.

В данном смысле архитектура города может пониматься как совокупность норм, предоставляющих обществу именно то, что общество хочет получить от неё. Дальнейшие рассуждения приводят автора к пониманию того, что архитектура – это «служба, в смысле принадлежности к городской сфере обслуживания, водоснабжения, транспорта... И тогда архитектура никак не искусство, потому что отличительная черта искусства в том и заключается, что оно предлагает потребителю то, что тот от него не ждет» [5, с. 297]. В таком случае коды, о которых говорит Умберто, не что иное, как иконологические, стилистические или риторические лексикоды. Они только воспроизводят готовые схемы, закрытые и застывшие во времени формы, информативная возможность которых уравнивается привычными системами ожиданий, которые ни при каких условиях не подвергаются переоценке. И тогда архитектура города – это риторика, т.е. убеждение [5, с. 297].

Следовательно, с коммуникативной точки зрения архитектура города является одной из форм массовой коммуникации. «Деятельность, обращенная к разным общественным группам с целью удовлетворения их потребностей и с намерением убедить их жить так, а не иначе, может быть определена как массовая коммуникация» [5, с. 299]. Сравнивая архитектуру города и массовые коммуникации, Умберто отмечает следующие сходства:

«1) архитектурный дискурс является побудительным; он исходит из устойчивых предпосылок, связывает их в общепринятые аргументы и побуждает к определенному типу консенсуса (я согласен организовать свое пространство проживания так, как ты мне это советуешь сделать, потому что эти новые формы мне понятны и потому что твой пример убеждает меня, что живя так, как ты, я буду жить еще удобнее и комфортабельнее); 2) архитектурный дискурс не требует углубленной сосредоточенности, потребляясь так, как обычно потребляются фильмы, телевизионные программы, комиксы и детективы (так, как никогда не потребляется искусство в собственном смысле слова, которое предполагает поглощенность, напряженное внимание, благоговение перед произведением, без которых нет понимания, уважения к авторскому замыслу); 3) архитектурное сообщение может получать чуждые ему значения, при этом получатель не отдает себе отчета в совершившейся подмене. Тот, кто видит в Венере Милосской возбуждающий эротический объект, понимает, что подменяет ее исходную эстетическую функцию, но тот, кто пользуется венецианским Дворцом дождей как укрытием от дождя или размещает солдат в заброшенной церкви, не осознает свершенной им подмены; 4) и в этом смысле архитектурное сообщение предполагает как максимум принуждения (ты должен жить так), так и максимум безответственности (ты можешь использовать это сооружение, как тебе вздумается);» [5, с. 299–301].

Кроме архитектурных кодов города Умберто рассматривает и системы кодификации, находящиеся вне архитектуры. Это, прежде всего, системы социальных связей, формы совместного проживания, система пространственных связей, система родственных связей, изучаемая культурной антропологией.

Литература:

1. Затонский Д. В. Модернизм и постмодернизм: Мысли об извечном коловращении изящных и неизящных искусств. М., 2000.
2. Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. М., 1996.
3. Маньковская Н. Б. Эстетика постмодернизма. СПб., 2000.
4. Семенов В. Е. Искусство как межличностная коммуникация СПб.: Изд-во СПбГУ, 1995.
5. Эко Умберто Функция и знак (семиология архитектуры) / Эко Умберто Отсутствующая структура. Введение в семиологию. – ТОО ТК «Петрополис», 1998. – 432 с.

И.А. Рафальский

ФЕНОМЕН ИДЕНТИЧНОСТЕЙ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Украина, Киев, институт политических и этнонациональных исследований им. И.Ф. Кураса Национальной академии наук Украины

Современный социальный и культурный мир представляет собой одновременно и объект и арену деятельности человека, который изменяет его в соответствии с целями, которые он определяет. Эта идея философского прагматизма, которая в свое время стала основой феноменологической социологии, имеет важное значение и сегодня. Для научной деятельности это означает, что исследование определенного феномена общественного бытия, представляет собой не просто отстраненно-пассивное следование за существующими явлениями и процессами, их фиксацию, объяснение, а определенное участие в их существовании и реализации, их осуществление и поддержку.

Современные постмодернистские концепции утверждают, что национальная идентичность непосредственно связана с конкретным историческим моментом и системой смыслов, которые продуцируются как внутри определенной страны, так и за ее пределами. В системе современных глобализационных процессов, новые, рожденные глобализацией актеры, трансформируют не только экономику национальных государств, а все больше влияют как на социокультурную сферу, так и на процессы формирования идентичностей, прилагая массу усилий для распространения собственных ценностей, смыслов, идеалов, культурных образцов и языка, то есть основных элементов, которые и формируют идентичность. События можно охарактеризовать в категориях «холодной войны» и их основа – борьба за лояльность (идентичность) и сознание тех или иных групп населения. Эти процессы приобрели значительные масштабы и вынудили таких признанных международных авторитетов, как С.Хантингтон, Ю.Хабермас, З. Бауман, заговорить о кризисе идентичностей, их размывании и трансформации.

Идентификационные процессы не статичны, они подвержены постоянной динамике, более того, не являются имманентно присущими личности, универсалией. Идентичность зависит от социального контекста и непосредственно связана с проблемой дискурса, который понимается, как способ продуцирования и организации значений в среде определенного социального контекста и является фактором универсализации существующего порядка и способом контроля социума над индивидом.

Исследования процессов трансформации национальной идентичности под влиянием глобализационных процессов возможно на основе конструктивистской парадигмы, которая рассматривает национальную идентичность, как один из типов коллективных идентичностей. Зависимость идентичности от социального контекста, среди которого и с помощью которого индивиды и группы конструируют, меняют и защищают свою идентичность, дает основание предположить, что национальная идентичность трансформируется под влиянием глобализационных процессов социокультурной трансформации. Поскольку национальная идентичность является дискурсивной формацией, которая формируется государством как результат определенных культурных политик, то отчуждение субъектами глобализации суверенного права национальных государств проводить эти политики, ведет к отчуждению их возможности контролировать конструирование национальной идентичности. Такие субъекты глобализации, как наднациональные образования, расширяют свое влияние и способствуют трансформации национальной идентичности через конструирование на территории объектов влияния определенных наднациональных идентичностей, которые конструируются, как коллективные идентичности новых политических обществ, которые созданы в границах наднациональных образований.

Таким образом, в условиях глобализации процессы идентификации с национальными и наднациональными общностями должны быть объектом государственной политики.

ФРЕЙМЫ «АГРЕССОР» И «ЖЕРТВА» В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ПЕЙОРАТИВНЫХ ШУТОК В «THE DAILY TELEGRAPH»)

Украина, Горловка, Горловский институт иностранных языков Донбасского государственного педагогического университета

Одним из наиболее важных факторов, воздействующих на характер межкультурной коммуникации, является идентификация участников. С одной стороны, вслед за А. Ишмуратовым и М. Амстутцем, в этом контексте можно говорить о содержании субъективного, интерактивного и нормативного аспектов. С другой стороны, также чрезвычайно важна динамика указанных аспектов и те факторы, которые формируют положительные и отрицательные фреймы (например, «агрессора» и «жертвы») в коммуникации.

К примеру, создание фрейма «агрессора» в общественном сознании предполагает следующие изменения: искажение «Я-образа» - формирование образа Чужого (средства: информационное связывание с негативными понятиями «агрессии», «фанатизма», «скуности»); отторжение «Я-концепции» - негативная оценка мотивов (средства: указание на связь политических мотивов со скрытыми экономическими, несоответствие истинных мотивов декларируемым); изменение «Я-статуса» - формирование недоверия и, как результат, маловероятности поддержки (средства: предоставление противоречивой информации, создание ассоциации с понятиями «ненадежность», «лицемерие»).

В свою очередь, во фрейме «жертвы» акцентируются противоположные детали прагматического контекста освещаемых событий: необходимость защиты от агрессии и установление «точки отсчета» - ситуации, создающей образ «жертвы». Особенно это актуально в свете коммуникативной оценки пейоративных шуток, представленных в масс-медиа.

Для иллюстрации создания подобных фреймов рассмотрим две публикации британского издания «The Daily Telegraph», от 26 апреля и 1 мая 2010 года, объединенные журналистской реакцией на «еврейские» шутки известных деятелей.

Первая статья освещает извинения, принесенные Советником по национальной безопасности США Джеймсом Джонсом за пейоративную шутку о еврейском торговце. В комментариях, помимо указания на недопустимость подобных высказываний в целом (формируется фрейм «информационной жертвы»), упоминается политический контекст (напряженные отношения между Вашингтоном и Иерусалимом – «for a top aide to be so clumsy at a time of high tension between Washington and Jerusalem is alarming» [3]), а также делается саркастическая «попытка»

поиска мотивов для высказывания («Perhaps he thought that he was among friends who would tolerate him poking fun at their people» [3]).

Вторая публикация представляет собой открытое письмо Френки Боила руководству «Би-Би-Си», в котором он оправдывает свои пейоративные шутки по поводу евреев и территории Палестины, опираясь на документальный фильм, изображающий Израиль агрессором («I think the problem here is that the show's producers will have thought that Israel, an aggressive, terrorist state with a nuclear arsenal was an appropriate target for satire» [2]). В этом письме создается фрейм «агрессора»: искажается Я-образ (уничтожение народа – «a state busily going about the destruction of an entire people», «apartheid» [2]), отторгается Я-концепция (равнодушие как негативная оценка), изменяется Я-статус (указывается несоответствие мотивов действительности).

Таким образом, имплицирование негативной информации в юмористическое сообщение или дискурс новостей, и даже последующее опровержение этой информации в масс-медиа создает у читателя иллюзию «самостоятельного информационного выбора», закрепляя при этом стереотипные значения фреймов.

Литература:

1. Amstutz, Mark R. International conflict and cooperation: An introduction to world politics. – Madison etc.: Brown & Benchmark, 1995. – 485 p.
2. Frankie Boyle letter about BBC in full // The Daily Telegraph. – May 1, 2010 // <http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/bbc/7660232/Frankie-Boyle-letter-about-BBC-in-full.html>
3. General James Jones and the Jewish joke: what was he thinking? //The Daily Telegraph. – May 1, 2010 // <http://blogs.telegraph.co.uk/news/alexspillius/100036529/gen-jones-and-the-jewish-joke-what-was-he-thinking/>

Н.В. Вертянкина, А.В. Гоцык

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ СОХРАНЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ В РАЗВИТИИ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ (НА ПРИМЕРЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Тюменский государственный университет

В последние два десятилетия в мировом научном сообществе становится всё более популярной концепция глобального сетевого общества, с точки зрения которой все люди нашей планеты являются гражданами единого глобального общества, которое состоит из множества локальных сообществ отдельных стран мира. Глобализация на современном этапе своего развития представляет собой процесс экономической, политической и культурной интеграции, при которой происходит втягивание мирового хозяйства, совсем недавно понимаемого как совокупность

национальных хозяйств, связанных друг с другом системой международного разделения труда, экономических и политических отношений, в мировой рынок и тесное переплетение их экономик. Примером тому могут служить крупные транснациональные нефтяные компании.

Для культурной глобализации характерно сближение деловой и потребительской культуры между разными странами мира и рост международного общения. С одной стороны, это приводит к популяризации отдельных видов национальной культуры по всему миру. С другой стороны, популярные международные культурные явления могут вытеснять национальные или превращать их в интернациональные. Современные кинофильмы выходят на экраны одновременно во многих странах мира, книги переводятся и становятся популярными у читателей из разных стран. Огромную роль в культурной глобализации играет, безусловно, повсеместное распространение Интернета. Кроме того, с каждым годом всё большее значение приобретает международный туризм, поскольку в процессе глобальной смены общественной парадигмы одна из ведущих ролей принадлежит именно туризму в силу объективных причин, среди которых можно обозначить следующие:

- значительный рост масштабов туризма в современном мире (в настоящее время туризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства, составляющий значительную часть мирового валового национального продукта, привлекает около 7% мировых инвестиций, в начале нового тысячелетия доля туризма уже составила 15% мировой торговли товарами и услугами);

- прямой экономический эффект, который туризм оказывает на все ключевые сектора экономики (туризм является важной статьей налоговых поступлений в бюджет региона, развитие сопряженных сфер бизнеса: отели, транспорт, рестораны, развлекательные заведения и прочее);

- специфика социальной функции туризма (туризм направлен на решение определенных социальных задач: большое количество новых рабочих мест, формирование общеобразовательного, культурно-исторического уровня населения; расширение межнациональных, межгосударственных, межэтнических, межличностных отношений обеспечение отдыха, восстановления жизненных сил, здоровья потребителей и др.).

Основной мотив глобализации, как отмечалось выше, – это увеличение подвижности всяческих потоков: финансовых, информационных, людских, материальных и прочих. Однако эта подвижность может увеличиваться, только если существуют значительные различия между регионами, источниками и получателями. Туристическая сфера иллюстрирует подобный тезис достаточно ярко. Не имеет смысла куда-либо ехать, если везде будет одно и то же. Сами транснациональные корпорации, как главный исполнитель экономической глобализации, очень заинтересованы не только в сохранении, но даже усилении региональных отличий.

Прибыль в современной мобильной экономике возможна только при наличии разности потенциалов между различными регионами.

В этой связи, представляется целесообразным вести речь о глокализации как о процессе, при котором на фоне всеобщей глобализации, вместо ожидаемого исчезновения региональных отличий происходит их сохранение и усиление.

Итак, туризм – одна из наиболее перспективных отраслей мировой экономики, потенциал которой в России используется в недостаточной степени. Во всех сферах туристской деятельности, как на федеральном уровне, так и на региональном, идет поиск новых форм работы, расширение сферы предложения и углубление его специализации, создание новых туристских комплексов. При этом следует отметить, что практически все российские регионы обладают определенной туристической привлекательностью и потенциалом для развития туристической инфраструктуры. Тюменский регион не является в данном случае исключением.

На сегодняшний день, территория области может быть отнесена к разряду туристского региона, поскольку она отвечает основным требованиям, необходимым для принятия туристов:

- развитая транспортная инфраструктура (в Тюмени имеется современный аэропорт с международным терминалом, крупная железнодорожная станция, автовокзал, а также разветвленная сеть трасс, в том числе и федерального значения);
- обеспечение условий для проживания гостей города (в Тюмени свыше 30 современных гостиниц разной категории от 2 до 4 *) и питания (рестораны, кафе, бары, клубы, торгово-развлекательные центры с кафетериями и суши-барами) с соответствующим уровнем обслуживания;
- наличие достопримечательностей, которые могли бы заинтересовать туристов:

Тюмень с первых дней своей жизни стала воротами в Сибирь. Отсюда началось сибирское судоходство, здесь появилась первая в Сибири ямская слобода, первый водопровод, пароход, телеграф, родильный дом, железнодорожный вокзал, первые православные храмы. В настоящее время в городе сохранились красивейшие храмы и памятники культуры: много тайн и загадок хранят старые стены Свято-Троицкого мужского монастыря – древнейшего сибирского храма, украшенного одним из лучших иконостасов Сибири. В исторической части г. Тюмени, на территории которой некогда стоял первый деревянный острог, на протяжении 18-го века сформировался оригинальный архитектурный ансамбль. На многих улицах города сохранились памятники архитектуры и деревянного зодчества – дома, в которых жили состоятельные люди: купцы, приказчики, промышленники (памятники деревянного зодчества – архитектурные жемчужины Тюмени). "Музейный комплекс имени Ивана Яковлевича Слоцова" отсчитывает свою историю с 1879 года и принадлежит к числу старейших музеев Сибири. Кроме того, в Тюмени можно посетить музей изобразительных искусств, археологический музей-заповедник. В городе много приятных мест для развлечения и отдыха: концертный зал им. Ю. Гуляева, Тюменский драматический театр, театр кукол и многое др.

- в г. Тобольске впервые в Сибири был возведен каменный кремль. Тобольск является уникальным городом-памятником каменного и деревянного зодчества Сибири. Всего в городе насчитывается более 300 памятников истории и культуры, в их числе 16 соборных, приходских и монастырских храмов. Тобольск с его неповторимой архитектурой, прекрасными природными ландшафтами давно стал «сибирской Меккой» для туристов со всего мира.

- г. Ялуторовск также сохранил многочисленные памятники истории и культуры и является одним из немногих реальных исторических городов на востоке страны. Памятниками федерального значения являются мемориальные дома декабристов М.И. Муравьева-Апостола и И.Д.Якушкина. В настоящее время на территории Тюменской области расположены 4 действующих монастыря: Свято-Троицкий, Ильинский, Абалакский и Иоанно-Введенский, дом-музей Григория Распутина.

- на территории юга Тюменской области расположены: 2 государственных природных заказника федерального значения – «Тюменский» и «Белозерский», 33 заказника регионального значения, 29 памятников природы. Все это создает конкурентную среду между туристскими регионами;

- наличие информационных систем, которые являются необходимым «инструментом» региона на туристском рынке. Прежде всего, это возможность доступа к информации систем компьютерного резервирования и бронирования HRS, Travel-line, Booking.com. и других.

Говоря о Тюменской области, приходится констатировать тот факт, что сегмент рецептивного туризма является слабо развитым и представляет собой существенную проблему для развития сферы в рамках региона. Лидерами современной туристической индустрии являются такие страны, как Турция, Китай, Малайзия, Сингапур, Марокко, Испания, Германия, Аргентина. Совершенно очевидно, что турбизнес в мировой практике справедливо претендует на доходную отрасль экономики. Безусловно, большинство вышеназванных стран обладают рядом естественных преимуществ: наличие благоприятного климата, морское побережье, экзотические природные места и прочее. Однако сфера туризма и гостеприимства, например, той же Европы базируется в основном на исторических ценностях. В этом контексте Тюменский регион наделен довольно значительным потенциалом развития культурно-исторического туризма. Было бы несправедливым не отметить то, что в настоящее время усилиями туроператоров, чиновников и ряда специалистов, вовлеченных в туристическую индустрию, в области ведется активная разработка такого маршрута, как «По следам Ермака: по Уралу и Сибири». Назрела необходимость определить четкие векторы в развитии сибирских брендов («Сибирская баня», «Сибирская кухня», «Сибирское гостеприимство», «Сибирские катания на тройках», «Сибирская охота» и мн. др.), с целью наполнения ими туристического рынка. Созданная в г. Тюмени и Тюменской области инфраструктура для проведения спортивных соревнований регионального, всероссийского и мирового уровня,

открывает реальные перспективы для позиционирования имиджа Тюмени как «Спортивной столицы Сибири» по зимним видам спорта.

На сегодняшний день актуализируется необходимость дальнейшей разработки и реализации маршрута «Великий чайный путь», который интересен и близлежащим областям, среди которых: Свердловская область, Пермский край. Проект «Великий чайный путь» инициировал процесс формирования туристских кластеров в регионах, по территории которых в прошлом проходил осевой транзит чайной торговли между Востоком и Западом. В настоящее время в рамках данного проекта во многих регионах России активно формируется устойчивый туристский ресурс на основе исторического, культурного и мемориального наследия, связанного с историей развития чайной международной торговли между Китаем и Российской империей. Вместе с тем следует отметить, что туристско-рекреационное проектирование носит глокальный, замкнутый характер. Но поскольку глокализация – это диалектический процесс взаимодействия локального и глобального, что означает не только смещение глобальных процессов на уровень локальных, но и выход локальных процессов на глобальный уровень. В этой связи актуализируется необходимость разработки концепции по формированию единого российского туристско-рекреационного каркаса маршрута «Великий чайный путь» и включения его в систему делового, познавательного, активного, экологического и других видов туризма, отдыха и санаторно-курортного лечения.

Так, анализируя возможности Тюменского региона как туристической территории, в целях развития въездного и внутреннего туризма особую актуальность приобретает аспект, связанный с формированием имиджа города и области посредством рекламы брендового потенциала. На региональном уровне туристский бренд трактуется как совокупность уникальных объектов исторического и культурного наследия, получивших широкую известность и признание.

Несмотря на модернизацию рекламных информационных технологий по продвижению туристского продукта, наиболее эффективным средством формирования туристского интереса и популяризации культурных и исторических достопримечательностей туристской территории по-прежнему остаются путеводители. Эти справочные издания необходимы для ориентации в незнакомом городе и самостоятельного путешествия по историческим местам и туристским объектам. Современные путеводители для удобства туристов издаются в виде компактных брошюр, содержат кроме информационного комментария обширный зрительный ряд, карты и схемы. Характерным преимуществом путеводителей среди имеющегося многообразия краеведческих изданий является высокая информационная емкость. Для формирования имиджа туристской территории и рекламы брендового потенциала региона в г. Тюмени реализован проект по изданию серии путеводителей по историческим городам Тюменской области – «Путешествия по Сибири». Впервые изданы путеводители по Тобольскому тракту и Тюмени с учетом летописей и редких архивных материалов из фондов центральных и местных архивов (Российский государственный архив древних актов; фонды Тобольского и Тюменского

государственных архивов, полевые материалы). На основе летописных и массовых статистических источников рассмотрен процесс заселения территории Зауралья, история возникновения первых острогов и сельских поселений. В путеводителе по Тюмени впервые приведена хроника становления города до «Сибирского взятия», выявлены летописные свидетельства об основании русского острога на год раньше официальной даты, т.е. – в 1585 году. Путеводитель по Тюмени приглашает в путешествие по старым улицам, историческому центру, где сконцентрированы основные исторические и архитектурные достопримечательности, памятники федерального и регионального значения, уникальные образцы тюменской домовой резьбы, трапезные храмы-корабли, с характерным стилевым многообразием.

Путеводитель по Тобольскому тракту (трасса Тюмень-Тобольск) знакомит путешественника с историей заселения и хозяйственного освоения территории Тюменского, Ярковского и Тобольского районов, маршрутом легендарного Ермака в Сибирь, старинными сельскими поселениями – Ембаево, Каскара, Щербак, Борки, Созоново, Дубровное, Покровское, Усалка, Караульный яр, Байкалово, Булашово, Карачино, Абалак, Ивановское, Аремзянское. В путеводителе дана оценка историко-культурного потенциала Тюменской области с целью формирования туристского интереса и разработки новых внутренних и межрегиональных маршрутов, которые абсолютно носят глокальный характер. Подобная творческая деятельность, направленная на популяризацию регионального наследия, будет реализована в дальнейших издательских проектах по маршрутам трассовых экскурсий: «Тюмень-Ялуторовск», «Тюмень-Ишим», «По старому Ирбитскому тракту». Кроме того, предстоящий 400-летний юбилей династии Романовых, который состоится в 2013 г., актуализирует разработку новых экскурсионных маршрутов по данной тематике на базе сохранившихся памятников истории, архитектуры, памятных мест, связанных с пребыванием в крае представителей императорского Дома. Эта тема привлекает не только российских, но и зарубежных туристов. В целях удовлетворения познавательного интереса, рекламного обеспечения туров и экскурсионных маршрутов, в настоящее время к изданию готовятся три путеводителя под общим названием: «Урал и Сибирь в истории Дома Романовых». Каждый путеводитель тематически связан с туристско-рекреационным потенциалом Верхотурья, Свердловской области (Екатеринбург-Алапаевск) и Тюменской области (Тюмень-Тобольск), что позволит разработать цикл экскурсионных маршрутов, посвященных периоду правления династии Романовых с 1613 до 1918 г. через призму истории Урало-Сибирского региона.

Таким образом, Тюменская область сегодня представляет собой регион с определенным набором факторов, наделяющих территорию яркими глокальными характеристиками, что позволит и в перспективе развивать внутренний/въездной туризм. На наш взгляд, использование интегрированного подхода в качестве ключевого приведет к устойчивому развитию и функционированию области как туристической дестинации. Комплексное решение целого ряда экономических, организационных, экологических, социальных, правовых и других вопросов должно

способствовать развитию сферы туризма, как в Тюменском регионе, так и в России в целом, что, несомненно, приведет к увеличению вклада в национальную и региональную экономики. Обладая синергетическим эффектом, туризм способен создать предпосылки для экономического подъема отдельно взятого региона России, более полного удовлетворения потребностей людей в отдыхе, развлечениях и др.

Литература:

1. Гринин Л. Е. Глобализация и национальный суверенитет. История и современность. № 1-2005.
2. Заварихин С.П. «Ворота в Сибирь», М., 1981 г.
3. Кузовков Ю. В. Глобализация и спираль истории. – Москва, 2010. – Т. (часть) 2.
4. Попова Р.Ю. «Государственное регулирование становления и развития туризма в России на переходном этапе», М., МГТУ, 1997 г.
5. Развитие туризма и туристской индустрии в Европейском Союзе // туризм: право и экономика, 2005. №2
6. Севастьянова С.А. Формирование интегрированной системы управления устойчивым развитием сферы туризма в регионе : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 СПб., 2006, 345 с.
7. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма России в современных условиях: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2007. – 416с.

Т.В. Владимирова

СЕТЕВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК СТРУКТУРЫ НАКОПЛЕНИЯ ДЕВИАЦИИ/ИННОВАЦИИ

Новосибирск, Институт ФСБ России

Современность требует высоких темпов экономического и социального развития. В России сегодня на поверхность дискуссий и программ вышли понятия модернизации и инновации. Необходимость инновационного развития – общее место для многих современных текстов, посвященных анализу жизни российского общества. Социальные изменения, нововведения, скорость нововведений, формирование центров инновационного развития – ценности дня, реализация которых требует творческого потенциала личности, реализации прав и свобод, а значит, в том числе, все большей свободы от структурных ограничений социальной системы общества. По выражению Н. Лумана, *все более важной становится потребность в Неотрицаемом*. [1, С. 66] Развитие современного коммуникативного пространства связано с ростом процессов демассификации и дестандартизации социальной жизни. Традиционная упорядоченность социальных отношений (или устоявшиеся механизмы социальных ограничений) необходимым образом должна отступить или видоизмениться, то есть выработать иной новый социальный порядок. Не приведет ли подобная дестабилизация существующих структур жизни к аномии или даже к катастрофе (самоуничтожению, в частности, нашего общества)? Где те

новые коммуникативные генерации, которые призваны упорядочить новое состояние общества, воспроизводить социальное? В чем их специфика?

Безопасность общества как устойчивость социального порядка в условиях девиации.

В литературе устоялось представление о безопасности как о состоянии устойчивости, стабильности общественного организма по отношению к любым попыткам давления на него и как свойство социальной системы сохранять и воспроизводить эту устойчивость. А. А. Сацута определяет безопасность как свойство социума сохранять свою целостность, относительную самостоятельность и устойчивость, способность к развитию. [2] А. Л. Романович, рассматривает безопасность как «...внутреннее свойство стабильной системы в условиях конфликта, риска, угроз». [3, С. 25] К пониманию социальной безопасности (безопасности общества) мы предлагаем подойти через сопоставление понятий социального порядка и девиации как вариативной коммуникации (новой практики, нарушающей упорядоченность предыдущих).

Общеизвестно, что различные отклонения (вариации) в поведении индивидов от социальных норм, в том числе, являются источником изменения социальной системы и причиной ее развития. Сами девиации различаются на социально одобряемые и неодобряемые. История общества часто демонстрирует нам, как вчерашнее отклонение в поведении индивидов сегодня становится нормой. Важно понимать проблему реализации социальной инновации, под которой мы подразумеваем любое нововведение в обществе. Как правило, инновация первоначально не принимается социальной системой. Обычно этому препятствуют устоявшийся порядок в профессиональной сфере деятельности общества, неформальные требования, общественная мораль, обычаи и нравы, сама политико-юридическая система. Сегодня мы декларируем важность инновационного развития страны и критикуем косность системы, препятствующей введению инноваций. Но при этом важно понимать, что неконтролируемость и непрогнозируемость различных нововведений в обществе ставит серьезную проблему нарушения устойчивости и воспроизводства социального порядка.

Итак, наши предварительные утверждения заключаются в следующем. Безопасность мы рассматриваем как свойство социального порядка сохранять и развивать самое себя в условиях девиантного поведения социальных акторов. Порядок, как система социальных ограничений, всякий раз затрудняет реализацию интересов различных субъектов, но одновременно является основанием их «онтологической безопасности» (Э. Гидденс). Нарушение социальной нормы ведет к подрыву порядка, но одновременно может являться источником его изменения, развития. В современном обществе, где приоритетной ценностью провозглашаются права и свободы личности, растет многообразие интересов различных субъектов. *Нарушение нормы становится потенциально тотальным, утверждать об устойчивости и упорядоченности социальных отношений отныне проблематично. В таких условиях размывается основание определенности социальной жизни субъекта*

(личности, общества, государства). *Возрастает необходимость в обеспечении социальной безопасности.* Куда приведет увеличивающийся разрыв между растущим многообразием социальных интересов различных субъектов, в том числе, выраженных в девиациях, и ценностной, нормативно-правовой упорядоченностью социальной действительности – вопрос, ответ на который требует серьезного поиска.

Считаю, что видение взаимосвязи девиации и упорядоченности социальной системы, первоначально заданное Э. Дюркгеймом, развивает теория эволюции Н. Лумана. Теория Н. Лумана позволяет более ясно зафиксировать и проанализировать причины возрастающей опасности сохранности общества и механизмы «спасения» порядка, вырабатываемые системой коммуникации.

Теория эволюции Н. Лумана в объяснении роли девиации в обществе.

Как социальная система общества сохраняет свою упорядоченность в условиях нарастания девиации? Н. Луман объясняет социальную эволюцию как процесс возрастающей дифференциации коммуникации (социальных практик) с последующей рестабилизацией социальных форм жизни. Рост вариативности коммуникации (девиации) служит условием развития социального порядка, но, с другой стороны, составляет основную угрозу распада социальной системы. Н. Луман считает, что система общества до сих пор вырабатывала «формулу спасения», которая заключается в создании дополнительных структур ускорения и накопления девиаций, но всякий очередной раз с возрастанием скорости и многообразия коммуникации/девиации, опасность распада системы общества (контингенции) приближается.

С точки зрения Н. Лумана, современная эволюционная теория различает не сколько исторические периоды, сколько варьирование, селекцию и ре-стабилизацию. Таковы основные механизмы социальной эволюции, в которых варьирование и селекция обозначают события, а функция рестабилизации, напротив – самоорганизацию эволюционирующих систем. *В теории Н. Лумана девиация (она же отклонение, вариация, она же инновация) обязательно предполагает селекцию.* Даже если девиация не является позитивной, все равно она имеет место в системе коммуникаций. В этом случае – связанная с определенными операциями – вариация «сходит на нет», не изменив структуры. Все остается таким, каким было. Отбору в этом случае подвергается предшествующее состояние – а не инновация. [1, С. 76] Селекция представляет собой двухстороннюю форму – с выраженными позитивной и негативной сторонами. Ре-стабилизация – это последовательности встраивания структурных изменений в систему, операции которой осуществляются под воздействием структурной детерминации. В любом случае, позитивная или негативная селекция приводит к возрастанию «сложности» системы и, соответственно, последняя вынуждена реагировать на нее рестабилизацией. По Н. Луману, эволюционная теория предполагает два различия – варьирование/селекция и селекция/рестабилизация. Рестабилизация является (системно нескоординированной) реакцией на случайность как на единство различия варьирования/селекции. Сопряжение этих двух различий дает возможность

мыслить эволюцию как бесконечный процесс в необратимом времени, в котором всякая достигнутая стабильность – и по мере роста все интенсивнее – вновь предполагает отправные точки варьирования.

Позитивные и негативные селекции ставят и определяют проблему стабильности социальной системы. В случае позитивной селекции в систему должна быть введена новая структура. Результаты ее функционирования в дальнейшем должны пройти проверку на жизнеспособность. В случае негативной селекции система «потенциализирует» отклоненную возможность. Она должна жить вместе с этой отклоненной возможностью, хотя могла бы ее и использовать. Другие системы, возможно, ее уже использовали или могли бы сделать это в будущем. [1, С. 19] Это отклонение может оказаться и ошибочным – и таким оставаться. Отбор, следовательно, не гарантирует хороших результатов. Обратим внимание, что теория эволюции не является теорией прогресса.

Социальный порядок представлен в обществе структурами. Структуры, вслед за Н. Луманом, мы трактуем как условия ограничения в области допускающих подсоединение операций (коммуникаций). Структуры, повторяясь в различных ситуациях, конденсируют некое разнообразие смысла, которое не поддается точному определению. Они представляются «стабильными» в том случае, если существуют другие структуры, которые навязывают повторное применение первых. Структуры всегда воплощаются лишь в координировании (ограничении сферы возможного) текущего процесса перехода от одной операции к другой операции. И именно это операционное (коммуникационное) отношение делает возможным эволюцию общественных структур. [1, С. 21 – 22]

Итак, кратко, утверждения о принципах организации и динамики изменения социального порядка звучат так: варьирование (девиация/инновация) порождает дифференциацию (отклонение от того, что было обычным прежде). Эта дифференциация требует селекции – выбора в пользу или против инновации. Селекция, если она выбирает новое, в свою очередь с необходимостью запускает каскады приспособительных или ограничительных движений в системе; если же она выбирает сохранение старого, то требуются подтверждения этой опции, поскольку прежде то, что понятно стало контингентным (неизвестным, неопределенным). В процессе варьирования изменяются элементы системы – коммуникации. «Элементы системы воспроизводят отклоняющиеся элементы (коммуникации). Селекция имеет дело со структурами системы – с направляющими коммуникацию ожиданиями. Руководствуясь отклоняющейся коммуникацией, селекция отбирает такие смысловые отнесения, которые обещают оказаться ценными для выстраивания структур, подходят для их повторного применения и могут оказывать воздействие на процессы образования ожиданий и конденсаций (смысла). Приписывая такие девиантности условиям ситуации, предавая их забвению или даже в явной форме их отклоняя – селекция отбрасывает именно те нововведения, которые представляются непригодными в качестве структур, а значит – в качестве направляющих линий коммуникаций. Рестабилизация характеризует состояние эволюционирующей

системы после некоторой успешной – позитивной или негативной – селекции. В ходе дальнейшей эволюции общества функция рестабилизации все больше смещается в ведение подсистем общества, которые должны утвердиться во внутриобщественном внешнем мире». [1, С. 52 – 53]

На мой взгляд, *суть направления эволюции социального порядка можно заключить в одну фразу Н. Лумана: «Чем больше допущено возможностей отклонения (девиации), тем более важной становится потребность в Неотрицаемом.»* [1, С. 66] Н. Луман пишет об опасном движении в сторону новых случайных эффектов накопления и ускорения варьирования (девиации). Он ставит проблему «формулы спасения» для системы общества. Теоретик убежден, что эволюция была и остается непредсказуемой. И память здесь ничего не может изменить. «Она способна лишь различными формами на нее настраиваться, а именно – согласуясь с коэффициентами ирритации и ускорения, которые проистекают из эволюции. Уже непостижимая онтологически, сама себя в самой себе локализирующая культура, видимо, и есть та форма, которая изобрела и усвоила память общества ради приспособления конструкций истории и перспектив будущего общества к тем условиям, которые могут проистекать из перехода к первично-функционально-ориентированной дифференциации и из угрожающего коллапса различения стабильности и вариативности» [1, С. 209] Становится понятным, почему Н. Луман судит о состоянии общества, исходя из таких переменных как плотность коммуникаций или частота или спецификация информационных импульсов. При этом важно, с его точки зрения, учитывать циркулярный характер усиления девиантности. [1, С. 30]

Дополнительные структуры накопления и ускорения варьирования (девиации): письменность и отказ от экстернализации конфликта.

В условиях все большей комплексности социальной системы должны иметься дополнительные структуры накопления и ускорения варьирования коммуникации. Н. Луман считает, что в общественной эволюции это осуществляется двояким способом: благодаря такому средству распространения коммуникации как письменность и с помощью усиления потенциала конфликтов и толерантности к конфликтам в обществе. Усиление потенциала конфликтов и толерантности к конфликтам происходит благодаря отказу от экстернализации (превращения внутренних, скрытых во внешние, явные) всех конфликтов, как это было характерно для сегментарных примитивных обществ.

Письменность как коммуникация привносит в общество двойной эффект. Коммуникация может оказывать воздействие на больших пространственных и временных дистанциях и высвобождается из-под давления интеракции. Она получает большую свободу как в производстве (написании), так и в восприятии (прочтении). Такое большее распространение создает возможность одним изменениям производить необозримое множество следующих изменений. Растет ненаблюдаемость воздействий, что вызывает к появлению новые институции. Высвобожденные из-под влияния интеракции письменные коммуникации теперь не нуждаются в том, чтобы

учитывать мнения присутствующих людей, однако они должны как-то заменить те опоры для понимания, которые прежде состояли в единообразии ситуации. Теперь коммуникация вынуждена эксплицитно себя более отчетливо и исходя исключительно из текста. Это потребовало вербальных форм нового типа, и, прежде всего, формирования понятий с необозримыми вытекающими последствиями. Н. Луман приводит пример такого изменения. «Пока бог обозначался всего лишь именем, знать которое нужно было, чтобы мочь к нему обращаться, эта проблема решалась благодаря утаиванию имени. Как только появилось понятие бога, получавшее письменную фиксацию, оно приобрело способность конденсировать опыт, требовать уточнений, требовать рассмотрения проблемы его непротиворечивости – короче говоря, вызывало все то, что стало потом заботой средневековой теологии». [1, С. 63]

Развитие в обществе способности порождать внутриобщественные конфликты и толерантно к ним относиться, с точки зрения Н. Лумана, составляет второе фундаментальное условие для поддержания и усиления девиации. Конфликт тестирует потенциал отклонения. Он приводит к всесторонней интеграции поведения участников, к непрерывному наблюдению наблюдения и тем самым – к интенсивному информационному обмену. Если результат конфликта получает значение «нет», уже можно исходить из того, что конфликт выдержал первое испытание и доказал свою способность утверждаться в коммуникации. И все же конфликты легко выходят из-под контроля и оказывают возмущающее воздействие на внутриобщественный внешний мир. В более ранних обществах насильственные действия среди присутствующих лиц осуществлялись гораздо чаще, чем ныне, и, соответственно, имело место чрезвычайно обременительное подавление, отклоняющее конфликты. Это должно оказывать обратное воздействие на готовность произнести «нет»; ведь если кто-то рискует произвести отклонение, после того как другие уже определились в коммуникации, в коммуникацию входит конфликт. Поэтому в небольших обществах, структура которых еще близка к системам интеракции, подавление конфликтов является жизненно-важным. С ростом населения и возрастанием сложности (сложности) это условие становится все менее жестким. [1, С. 64] Обратим внимание, что такое положение дел характеризует общество, продуцирующее для коммуникаций сложные условия, которые делают возможным достижение большего числа конфликтов и большего мира одновременно. В целом, эти условия развиваются ввиду трех факторов:

По мере развития политического господства, способного утвердить свой собственный тип коммуникации, возникает возможность усиливать отклонение коммуникативных предложений того или иного смысла и одновременно снимать с себя бремя вытекающих из этого отклонения возможных конфликтов. Появляется легитимная сила для подавления нелегитимного насилия. Тот, кто распоряжается ресурсами, может сказать «нет», уклоняясь от ожидаемых от него оказания помощи и материальной поддержки, и при этом может не опасаться конфликтов. Он может

концентрировать свои ресурсы. Рестабилизация этого достижения происходит благодаря стратификации общественной системы. [1, С. 65]

Второй фактор заключается в появлении права. Теперь в обществе допускаются конфликты, но одновременно они притупляются благодаря тому, что исход спора определяется социальным регулированием или влиянием третьей стороны. Здесь должны соотнестись процедуры умиротворения спора и, в конечном счете, процесс ориентированного на правила разрешения спора. Н. Луман отмечает, что это производит семантика, осознающаяся как «право». Он приводит пример, когда богатч в любом случае имел возможность вступить в противоречие с предложенным ему любым коммуникативным предложением. Теперь же и бедняк может этим воспользоваться – если, конечно, он прав. [1, С. 65 – 66]

Третий фактор характеризует «высокосложностное общество». Он заключается в дифференциации причин конфликтов и тем конфликтов. Н. Луман отмечает, что унаследованные от марксизма дотошные искания «подлинных» причин конфликта затемняют то, что именно в этой дифференциации причин и тем и состоит эволюционное достижение, поскольку сама система оказывается достаточно большой, чтобы выносить такого рода конфликты (экстернализовать). С расширением возможностей девиации/варьирования происходят особые трансформации семантики. Чем больше допущено возможностей отклонения, тем более важной становится потребность в Неотрицаемом. Религия, если она берет на вооружение достижения теологии, как раз и способствует совершению этого опасного движения. Действительность, которая раньше воспринималась «просто-напросто как то, что не может отрицаться», оказывается творением, всего лишь «видимостью», всего лишь коррелятом сознания. Сегодня же она – как утверждается ныне – всего лишь «конструкция». [1, С. 66 – 67]

Семантическая гипертрофия девиации/варьирования – главная угроза упорядоченности системы общества.

Н. Луман отмечает, что все, что мы можем наблюдать, состоит в ином виде реакции, а именно – в усилении дифференциации варьирования, селекции и рестабилизации, цикличность которых при радикальных структурных переломах далеко не случайна (таких как распространение легко усвояемой письменности или форм дифференциации общества). Теперь процесс эволюции селекцию и рестабилизацию противопоставляет варьированию как самостоятельные процессы и тем самым создает более высокую степень свободы в преодолении непонятых или не совсем правильно интерпретированных проблем. [1, С. 69]

Когда традиционные общества сталкивались с давлением увеличивающегося числа возможных девиаций/вариаций, можно было все еще исходить из необходимости для селекции ориентироваться на Единое, Истинное, Благое. И хотя средства достижения этого «единого космоса» могли оказаться ненадежными, цели не могли подвергаться сомнению. Луман отмечает, что в современном обществе Новое начинает цениться как таковое, а понятию «критика» придают смысл отклонения критикуемого, при этом «альтернативы» понимаются уже не как чистые опции, а как

варианты, которые – и без более тщательной проверки – представляются более предпочтительными, чем нечто наличествующее. [1, С. 69] *Возникает семантическая гипертрофия варьирования коммуникации. Теперь общество ориентируется на новые способы селекции, которые в перспективе уже не предполагают безоговорочной стабильности. Общество дифференцирует между селекцией и стабилизацией – только потому, что давление со стороны инновации (девиации) усиливается и поэтому должно перерабатываться быстрее* (курсив автора). [1, С. 69] Селекция и варьирование – разделение данных эволюционных функций обеспечивается уже благодаря тому, что они соотносятся с различными компонентами системы общества: вариация соотнесена с элементами, т.е. с отдельными коммуникациями, а селекция, напротив, – со структурами, т.е. с образованием и приложением процесса ожиданий.

Семантическую гипертрофию варьирования коммуникаций концептуализируют различные теории постмодерна. К примеру, Ж. Бодрийяр утверждал, что многообразие коммуникаций и дальнейшее его увеличение становится для сознания не столько эволюцией, сколько симуляцией. [4] Действительность в массовом количестве (возрастающем вместе с частотой социальных информационных процессов) вырабатывает самодостаточные, независимые от трансцендентных образцов (ценностей) симулякры и все больше формирует из них жизненную среду современного человека. Симулякр – знак или неполная актуализация тех или иных явлений эмпирической реальности. Снятие ограничений и законов, присущих этим явлениям, способно изменять их облик и ход сколько угодно разительно и глубоко, симулируя эти явления и тем самым, позволяя легко усваивать их смысловой системе в виде набора знаков. Виртуальные практики, осуществляемые посредством «неполной актуализации эмпирической реальности» или симулякров, на вид представляются человеку не менее подлинной и радикальной альтернативой обычному, обыденному порядку существования. Коммуникаций становится слишком много для человекоразмерной темпоральности. Своими потоками они приносят в действительность индивида и общества хаос и дезориентацию. Человек и общество не только стремительно утрачивают связь друг с другом, но и обретают неподлинное бытие в условиях гипертрофированной социальной реальности.

С другой стороны, проблема семантической гипертрофии лежит в предметном поле теорий «общества риска» (У. Бек, Н. Луман, Э. Гидденс, С. Лэш и др.). Осмысление риска как значимого социального фактора в жизни современного общества, связано с появлением контингентности (неопределенности), к которой приводит все та же семантическая гипертрофия девиации/варьирования. Н. Луман утверждал, что современное общество переживает свое будущее в форме риска решений, для него вопрос об экологии – это вопрос самосохранения общества. Под экологией теоретик понимал «совокупность научных исследований, которые на любом уровне системообразования занимаются последствиями дифференцирования окружающей среды системы и самой системы для окружающей среды» [6, С. 127]. За экологическими проблемами неопределенности, отсутствием единой, целостной

самореференции общества кроется прогрессирующая функциональная дифференциация современного общества, в основаниях которой лежит ускорение и накопление (уплотнение) девиаций/вариаций. С одной стороны, в обществе возрастают возможности воздействия на окружающий мир. С другой стороны, реагировать на возникшие изменения приходится не тем, кто их вызвал, а функциональным системам, которые считаются для этого полномочными (например, науке или политике). Н. Луман утверждал, что отсутствие в современном функционально дифференцированном обществе авторитетной позиции самонаблюдения ведет к легитимности «коммуникации незнания». [5] В контексте наших рассуждений легитимность «коммуникации незнания» - это признание нормой такого состояния общества, где степень дифференциации системы уже не поддается адекватной самореференции и наблюдению второго порядка. В рассматриваемом предметном поле можно дать такое определение риска: риск - это коммуникация незнания.

«Опасное движение» в сторону семантической гипертрофии варьирования продолжается. Объемы накопления и скорость варьирования неуклонно растут. На мой взгляд, суть нарастания опасности заключается в росте потребности коммуникации в Неотрицаемом. «Чем больше допущено возможностей отклонения (девиации), тем более важной становится потребность в Неотрицаемом». [1, С. 66] Другими словами, структуры (ограничения возможного) порядка все более уступают девиации/варьированию.

Сетевые коммуникации как потенциальная локализация аномии.

Социальная система общества вырабатывает новое, всеобъемлющее средство накопления и ускорения девиации, очередную «формулу спасения» социальной упорядоченности. Считаю, что *рост сетевого коммуникативного пространства дает принципиально новую возможность для реализации потребности в Неотрицаемом*. Сеть составляет новую «формулу спасения» социального порядка. Иначе свою мысль я бы выразила так: сетевые коммуникации воплощают Неотрицаемое и в этом смысле спасают упорядоченность общества, локализуя аномию в виртуальном сетевом пространстве. Тем самым система общества пока еще обеспечивает безопасность самое себя.

Мир переживает процесс крушения квазирелигиозных идеологий XX века и возрастание значения свободы личности от социальных структурных ограничений. В этих процессах сложно преувеличить роль сетевого коммуникативного пространства. Приобретающие в данном контексте особую индивидуальную и общественную ценность свойства активного субъекта получают благодаря Сети «резонатор-усилитель необычайной мощности, разгоняющий индивидуальные интенции до всепроникающих скоростей и всемирных масштабов». Сеть становится стимулом и прообразом искомой интеграции: она активизирует коллективные процессы унификации, синхронизации, группового давления и в то же время увеличивает степени свободы индивида, дает непосредственный доступ к коллективному

интеллекту, непосредственный выход в надличностное пространство символов, убеждений, коллективных чувств. [7, С. 317 - 318]

С другой стороны, дальнейшее накопление и ускорение девиации/вариации располагается отныне в виртуальном сетевом пространстве или в пространстве потоков. (М. Кастельс, Д. Иванов) Там же формируются угрозы, новые, информационные, посягающие на безопасность общества, личности и государства. Такие стороны современной жизни как соотношение возможностей сетевых коммуникаций с традиционными государственно-политическими структурами, национальными структурами, социально-культурными структурами с одной стороны, и соотношение возможностей виртуального пространства с жизнью отдельного человека, с другой стороны, все более определяют важность Сети для безопасности и развития.

Современное киберпространство порождает бесконечную вереницу знаков, но не значений. Отсутствие любых препятствий, ограничений ведут к невероятной легкости «знакотворчества». Пользователь в Сети всему открыт, но воспринимает все как знаковую поверхность, не пытаясь даже проникнуть в глубину вещей, в значения знаков. Это приводит в тому, что сознание становится как бы безучастным, лишенным глубины, притупленным ко всему происходящему, но, одновременно, устремленным к интересной информации и к захватывающей эмоции, связанной с выделением своего «Я». Сеть – это и поле «войны всех против всех», где не состоится никогда ни взаимное уничтожение, ни взаимное согласие. Есть «профессиональные революционеры», я бы сказала, «профессионалы отрицания и протеста». Их формирует «новая техника существования» в Сети, которая характеризуется вневчувственностью и доступностью, интерактивностью и массовостью. Имена «профессионалов отрицания и протеста» известны, но их идеи и поступки сложно идентифицировать.

Убеждаешься в словах А. Турена, который утверждал, что программированное общество (так он называет постсовременность) является также, обязательно обществом протеста, воображения, утопии. В этом типе общества все объективное, установившееся, институциональное является все более помехой социальным отношениям, коммуникации. [8]

Литература:

1. *Луман Н.* Эволюция. Пер. с нем. / А. Антоновский. М.: Издательство «Логос». 2005.
2. *Романович А. Л.* Перспективы развития и обеспечения безопасности: философско-методологические проблемы. / М.: Изд-во МГУК, Изд. дом «Друг», 2002.
3. *Сацута А. А.* Национальная безопасность как социальное явление: современная парадигма // Вестник Военного университета № 3. 2007.
4. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть / М.: Добросвет, 2000.
5. *Луман Н.* Понятие риска. // Альманах THESIS, 1994. - № 5.
6. *Луман Н.* Власть. Пер. с немец. / А. Антоновский. - М.: Праксис, 2001.
7. *Пронина Е.Е.* Психология журналистского искусства / Е. Е. Пронина. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002.
8. *Турен А.* Рождение программированного общества // Турен А. Возвращение человека действующего: Очерки социологии. – М.: Научный мир, 1998. – С. 128 – 144.

ТУРИЗМ КАК ФЕНОМЕН МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Министерство поддержки и развития малого предпринимательства,
потребительского рынка и услуг Нижегородской области*

Понятие туризм распространяется на различные сферы деятельности людей. Большой частью смыслы, вносимые в это понятие, означают различного рода виды и формы межкультурной коммуникации, как путешествий, сочетающие отдых и познание мира с элементами спорта. Однако, наряду с подобным деятельностным подходом к выявлению ведущих признаков туризма, все более прочные позиции начинает занимать и другая точка зрения на социокультурное предназначение рассматриваемого феномена. Согласно данной точке зрения туризм является особой областью деятельности человека по освоению новой культурной среды, знакомству и установлению контактов с новыми людьми, что определяет специфику современных культурно-коммуникативных процессов в этой сфере.

В этой связи в настоящее время формируется новое понимание туриста как субъекта познавательной, социо- и межкультурной деятельности, сферы досуга и путешествий. Сегодня турист хочет быть активным участником интересующих его процессов и событий. Он сам стремится конструировать свой туристский маршрут с целью отобрать в нем то, что представляет для него интерес и пользу. В этой связи одним из важных направлений по подготовке условий для развития въездного туризма, наряду с разработкой инфраструктуры внутреннего туризма, брендингом территорий и т.д., является создание регионального событийного календаря, содержащего, исходя из потенциала территории, только те уникальные и ежегодно отмечаемые даты и события, которые основаны на особенностях данного региона. Речь в данном случае идет прежде всего о развитии делового туризма, для чего необходимо весь продукт региона «упаковывать» в событие, способное заинтересовать зарубежных инвесторов, привлечь деловых партнеров, способствовать разработке выгодных в экономическом плане маршрутов въездного туризма. Примером являются промыслы России, треть из которых находятся на территории Нижегородской области. Чем грамотнее составлен календарь, тем больший поток туристов мы будем получать ежегодно. Следовательно, более энергичными станут инвесторы, более качественный продукт мы получим в регионе.

Очевидно, что рассмотрение межкультурной коммуникации под углом зрения наиболее эффективных приемов и средств ее использования в развитии въездного туризма в России, является актуальным направлением деятельности по повышению уровня предоставления туристических услуг в стране. И в этом отношении на сегодняшний день деловой туризм занимает ключевую позицию в туристской отрасли. Увеличение числа объектов, способных послужить площадкой для

конференций, конгрессов и других мероприятий международного уровня, обеспечивает достаточно эффективное развитие данного вида туризма. При этом создание условий для делового и конгрессного туризма, способность региона проводить международные мероприятия различного уровня оказывает благотворное влияние на формирование имиджа региона и его инвестиционной привлекательности. В свою очередь, увеличение потока деловых туристов повлечет за собой развитие других видов туризма. При этом следует отметить, что конкуренция на рынке туруслуг с каждым годом усиливается, что во многом объясняется бурным развитием информационно-коммуникативных технологий, безраздельно господствующих в современном интернет-пространстве. По этой причине региону нужно обязательно иметь общий информационный портал с максимальным количеством информации о территории, ее историко-культурных традициях, достопримечательностях, деловых центрах, музеях, уникальных особенностях и т.д. Портал должен соответствовать международным стандартам, в том числе обеспечивать возможность проведения любой презентации о регионе. Для того, чтобы выиграть в конкурентной борьбе, необходимо внедрять инновационные технологии во все сферы туристской индустрии: радио - гиды, информационные порталы с 3D возможностями, QR коды, которые могут наноситься на любой предмет (брусчатка, сувениры НХП, здания и т.д.). Все это технологии способствуют необходимой визуализации и доступности информации, налаживанию коммуникаций.

Важным для развития въездного туризма, в особенности для зарубежных гостей, являются необходимые для развития туристского рынка автоматические экскурсионные системы с использованием QR-кодов. Управление экскурсией происходит при помощи QR-кодов, информация с которых поступает на мобильное устройство пользователя, которому в зависимости от его местонахождения предоставляется материал (информация, аудио- и видеоматериалы, карты и пр.). Эти справочные материалы, выполненные на иностранных языках, прежде всего на английском, помогают туристу (экскурсанту) разобраться во многих интересующих его вопросах. Системы данного типа позволяют охватить поток самостоятельных туристов и обеспечивают повышение качества экскурсий.

Анализируя современные программы развития туризма, необходимо отметить прочно утвердившуюся тенденцию диверсификации туристских услуг, что свидетельствует о растущем разнообразии последних, а также дальнейшем подъеме туристского бизнеса. Эти особенности развития сферы туризма говорят и о возрастающих потребностях современного человека не только в комфортном отдыхе, но и приобщении к достижениям мировой культуры, знакомству с новым, о чем раньше он мог знать из книг или кино.

Наступила новая полоса в развитии жизненного мира человека, когда наслаждение, получаемое от соприкосновения с прекрасным, высоким, становится потребностью, установкой, определяющей мотивы поведения и ценностное сознание личности. Но одновременно с этим все более очевидным становится и другое - личностные качества субъекта современных туруслуг приобрели иную

направленность. Образовательные, деловые и познавательные цели начинают занимать доминирующие позиции в мотивации поездок в различные страны. Выбор данного направления туристической деятельности, с одной стороны, предполагает наличие таких качеств личности, как активность, целеустремленность, высокий уровень развития интеллектуальных потребностей и ресурсов, а, с другой, - способствует их формированию. В этой связи мотивация процессов межкультурного взаимодействия, определяется степенью развития познавательных интересов, эстетических вкусов и других показателей, связанных с творчеством и когнитивными запросами человека.

В целом, рассматривая туризм как явление межкультурной коммуникации, связанной с цивилизационными особенностями конца XX – начала XXI веков, необходимо отметить усиление его влияния на общественные процессы во всем мире, что приобретает особую актуальность для развития социокультурной и экономической сфер современной России.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА В СОЦИОТЕХНИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Е.Г. Поздеева

ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА: СТРУКТУРНЫЕ АСПЕКТЫ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Организационная культура выступает как информационное пространство. Она задает ценностную систему и устанавливает координаты через нормы и роли. Формирование поведения в организации происходит в пространстве организационной культуры, поэтому большое значение имеет изучение посредников в трансляции культуры на ценностный мир и в дальнейшем на мотивацию поведения работников, что и актуализирует проблему идентичности и преданности. С позиций системного подхода явления идентичности и преданности (приверженности) в организации обнаруживают свою сложную структуру, в чем видится влияние структурной природы самой организационной культуры, а также отражает динамику процесса социализации, усвоения работником уровней культурной системы и степень включенности в ролевое пространство.

Э. Шейн определяет организационную культуру как «систему коллективных базовых представлений, приобретаемых группой при разрешении проблем адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, которые доказали свою эффективность и поэтому рассматриваются как ценность и передаются новым членам группы в качестве правильной системы восприятия, мышления и чувствования в отношении названных проблем» [1, С. 31]. Э Шейн выделяет 3 уровня организационной культуры: базовые представления, организационные ценности и групповые нормы, символический уровень атрибутики пространства.

Современные динамичные изменения общества повышают значение субъективной причастности к групповым системам статусно-ролевых и

профессиональных позиций. Формирующаяся социальная идентичность личности рассматривается как целостная динамическая система ключевых социальных конструкторов. Они структурированы, их развитие предполагает усложнение в количественном и в качественном отношении. Психологи выделяют 3 компонента идентичности в организации:

- Базисный, уходящий к глубинам рождения, движимый мотивацией самозащиты на уровне общности.
- Индивидуально-личностный, проникнутый мотивами самоуважения, направленностью на соответствие культурным требованиям сообщества.
- Профессионально-деловой, связанный с мотивами самореализации и стремлением к расширению субъективного пространства[2].

Под понятием «приверженность» обычно понимают чувство сопричастности, верность организации, основанную на вере в ее ценности и готовность их отстаивать. Понятия приверженности и преданности большинством авторов рассматриваются как идентичные. В исследованиях процесса формирования приверженности выделяют стадии: согласия, когда работник подчиняется влиянию других с целью добиться определенных целей, например, оплаты; идентификации, когда у работника возникает чувство гордости от принадлежности к фирме; и приверженности (интернализации), здесь ценности организации уже соответствуют ценностям работника [3].

Отношение преданности, связанное с принадлежностью к организации, вызывает чувство привязанности. Исследование этих организационных явлений обнаруживает их тесную связь с проходящими процессами идентификации и принятия обязательств перед организацией. Структурно идентификация раскрывается в следующих позициях:

- когнитивное измерение (восприятие и установление членства в какой-либо социальной группе);
- оценочное измерение (оценка атрибутов, приписываемых группе со стороны окружения);
- аффективное измерение (после когнитивной и оценочной идентификации возникает эмоциональное оценивание членства в группе);
- мотивационный аспект (описывает, насколько человек принимает ценности и цели группы и готов их воплощать в поведении) [4].

Идентификация показывает логическую работу, т.к. она основана на логических операциях (сходство/различие). В то же время она изменчива, подвержена влиянию ситуации, ее значение усиливается при межгрупповой конкуренции. Обязательство работника связано с его отношением к работе (ценность, условия для самореализации), анализируется в контексте теории обмена (организация в обмен на труд предлагает блага). Обязательство описывает то, насколько люди чувствуют свою включенность в организации, ощущают ее влияние. Привязанность, формируемая под воздействием обязательства, проявляется в комплексе аффективных, нормативных и рациональных структур. Ее аффективная сторона влияния на работника отражает осознание им заботы организации о его благополучии. Нормативная сторона

выражена моральными обязательствами и стремлением следовать организационным нормам («организация дала мне шанс осуществить проект, я должен это сделать»). Рационализм проявляется в ориентации на последствия выбора, на анализ возможных потерь и выигрыша.

Действие этих моментов влияют на тип привязанности и коррелируют с решением по поводу ухода из организации: аффективная привязанность укрепляет желание остаться работать в организации; нормативная привязанность поддерживает чувство долга перед организацией и служит основой для решения о невозможности ухода; ориентация на последствия ориентирует остаться в случае необходимости избежать потерь.

Литература:

1. Э. Шейн, Организационная культура и лидерство. СПб. «Питер», 2002. 336с.
2. Н.Л.Иванова, Т.Мортон, Проблема социальной идентичности в исследовании организаций: основные подходы// Вопросы государственного и муниципального управления. 2010. №3.С.89-102.
3. Ч.Рейлли, Корпорации, культура и приверженность: мотивация и социальный контроль в организациях/ Б. Стоу Антология организационной психологии. [Пер. с англ.: С.Е.Пале]. – М.: ООО «Вершина», 2005с. 712с.
4. Р.ван Дик, Преданность и идентификация в организации/ Пер. с нем. – Х.: Изд-во Гуманитарный Центр. 2006. 142с.

А.В. Денисков

МИФ КАК СРЕДСТВО ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Тема коммуникации неоднократно называлась важнейшей проблемой философии XXI века. В научной литературе представлено множество определений этого термина. Традиционно коммуникацию принято понимать как обмен информацией между индивидами посредством общей системы знаков. Ряд исследователей видит в коммуникации механизм, с помощью которого становится возможным проектирование человеческих взаимодействий. При этом в современном мире арсенал способов проектирования значительно пополнился, наряду с традиционными – мимика, слово, телефон используется и мифотворчество. В этой связи анализ проблемы коммуникации в социальных процессах невозможен без понимания механизмов формирования различных мифов.

Одной из важнейших функций мифотворчества является социальная – предвидение глобальных тенденций и перспектив возможного развития

общественных систем, явлений, процессов. По существу, это теоретически и практически обоснованное определение вариантов развития общества.

Формирование социального мифа – это процесс создания прообраза предполагаемого состояния социума (проектирование - от лат. "projectus" - брошенный вперед), это специфическая деятельность, продуктом которой является проект взаимодействия индивидов в социальной среде. Последнюю принято рассматривать как целостную систему, состоящую из ряда подсистем – информационной, технологической, политической, экономической, конфессиональной, культурологической и других. Социальные мифы циркулируют как в межсистемном пространстве, так и внутри этих подсистем, обеспечивая, с одной стороны, распространение и передачу информации в социальной среде, и способствуя, с другой стороны, информационному взаимодействию между подсистемами.

Циркуляция социальных мифов в обществе носит разнонаправленный характер. При этом индивид выступает не только в роли объекта, но и в роли субъекта процесса мифологического воздействия. Социум посредством передачи направленных информационных мифов способствует формированию у человека качеств и свойств, необходимых обществу в данный отрезок времени. Зачастую коммуникативная роль социальной мифологии связана с идеей эмоционального воздействия на людей.

Социальное мифотворчество – термин, который стал употребляться относительно недавно, хотя первую попытку разработки глобального социального мифа осуществил еще Платон, разработав учение об идеальном государстве.

С древнейших времен мифы использовались в социальном управлении целенаправленно для проектирования общественных взаимоотношений, в частности, для укрепления власти через освящение властвующей персоны.

Выводы исследователей конца XIX – начала XX в. (Э. Дюркгейм, М. Мосс, Л. Леви-Брюль, Э. Кассирер, А.Ф. Лосев) говорили о неистребимости мифологических представлений и символов. В частности, З. Фрейд и его последователи, изучив мифы первобытных народов, сделали вывод, что распад первобытной орды привёл к появлению социальной организации, чье воспроизводство обеспечивалось мифологией и религией. Со временем происходили разрушение подобного тождества и определенная корректировка восприятия. Это требовало новых мифов.

В наше время большое внимание философов привлекают теории о том, что мифы составляют значительную часть социального механизма, приводящего массы в движение.

XX век породил целую сеть мифов, призванных гарантировать воспроизводство существовавшего социального порядка, указав отдельно взятому индивиду место в этом порядке. После революции 1917 года Россия становится огромным полем глобальных социальных мифов, потребителем которых становится общество в целом. Задача построения коммунизма глубоко проникла в сознание людей. Обществу был необходим некий образ счастливого будущего, который идейно и эмоционально

спланировал бы людей. Созданный оптимистичный социальный миф вселял в население страны чувство уверенности в завтрашнем дне.

Закономерен вопрос – зачем нужны социальные мифы, которые, на первый взгляд, не обладают ни силой государственного администрирования, ни возможностями экономического давления. Однако мифы, являясь средством проектирования общественных процессов, осуществляют влияние столь же сильное, как если бы они были наделены экономическими и политическими полномочиями. Продукт, предлагаемый обществу в виде социального мифа, составляет не только часть социальной информации, немаловажно то, что миф является атрибутом управления. Поэтому социальное мифотворчество будет эффективным лишь в рамках государственной информационной политики. Для этого должны быть сформированы единое мифопространство для всех членов общества, правовая и экономическая база, способствующая развитию мифа, обеспечено продвижение фундаментальных ценностей посредством использования потенциала информационного государственного ресурса в целях распространения социального мифа.

В совокупности все это является условием, способствующим устойчивому и эффективному взаимодействию мифа и социальной среды.

В современном информационном обществе специфика мифов обусловлена феноменом сетевого сознания, современный миф характеризуется стихийностью индивидуальной навигации в глобальной информационной сети, предоставляющей личности большой выбор виртуальных ценностей.

К.Ю. Кильдишев

МОТИВАЦИЯ ТРУДА КАК ЧАСТЬ КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Киев, Национальный университет технологий и дизайна

Мотивация труда – создание условий для достижения результативности работы. Под мотивацией подразумеваются стимулы, которые организуют одного или группу работников, целиком отдаются работе, причём это происходит добровольно, для блага организации или для реализации имеющихся программ.

Мотивы труда разнообразны. Они различаются по потребностям, которые человек стремится удовлетворить посредством трудовой деятельности, по тем благам, которые требуются человеку для удовлетворения потребностей, получения желаемых благ, в абсолютном своём большинстве связанных с трудовой деятельностью. Иными словами, труд мотивирован максимально только тогда, когда работник может удовлетворить свои потребности исключительно посредством своей трудовой деятельности.

Мотивированный труд можно, да и нужно, рассматривать как систему, в которой взаимодействуют следующие элементы:

- потребность(и), которую работник будет удовлетворять;
- благо, которое способно удовлетворять работника, социальные обстоятельства, которые играют ту же роль, ценности;
- сам труд как деятельность, как поисковая активность;
- соотношение затрат и получаемой выгоды от труда (оно должно быть в пользу труда);
- эмоции, субъективные переживания в процессе труда;
- установки в поведении работников как направленность любых проявлений психики и поведения;
- условия жизнедеятельности – внутренние и внешние;
- идеалы человека, его интересы – формы проявления потребности, обеспечивающая направленность личности на определение блага.

Человек как правило, всегда мотивирован своей деятельностью. Он всегда может рационально объяснить причины деятельности, указав на обстоятельства, побудившие его к выбору именно этой деятельности.

Мотивация труда одновременно означает и его стимулирование, то есть создание условий, при которых работник может удовлетворить свои потребности, достигнув заранее установленных показателей.

Ю.Г. Кильдишев

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ И ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО НАЛАЖИВАНИЯ СВЯЗУЮЩИХ ПРОЦЕССОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Киев, Национальный университет технологий и дизайна

Современный бизнес действует в постоянно изменяющейся внешней среде. Острейшая проблема, с которой сталкивается каждая организация – сложность рыночной ситуации. Это следствие целого ряда факторов, среди которых важнейшими являются усиление конкуренции, новые технологии, новые формы организации, власть информации, требования потребителей, сокращение жизненного цикла продукта, неопределённость внешней среды. Динамика и разнообразие этих факторов, требований к деятельности организации на каждом этапе развития проявляются интегрально и требуют построения адекватной системы управления. Управленческая деятельность в современных условиях выступает как один из важнейших факторов функционирования организации, а её гибкость, способность оперативно перестраиваться, не упускать новые возможности, среди которых на

основе формальной и неформальной власти в организации возможно построение эффективной системы взаимодействия временных рабочих групп – всё это в настоящее время становится одними из главных аргументов организации в конкурентной борьбе.

Общий принцип указанного построения определяет необходимость перехода власти в группе от одного лица к другому по мере необходимости на основе компетентности. Процесс создания взаимодействующих рабочих групп, включает в себя следующие элементы: временные организационные группы, коммуникационные каналы и коммуникационные сети, объединяющие группы и отдельных работников.

Кроме определённой структуры, значительное влияние на эффективность деятельности организации оказывают связующие процессы – процесс принятия решений и коммуникационный.

Анализ коммуникаций в организациях малого и среднего бизнеса выявил следующие закономерности эффективного построения коммуникационной сети:

- прочные коммуникации возникают, когда обе стороны коммуникационного канала не стараются добиваться результатов немедленно и в полном объёме;

- эффективность коммуникаций, как вербальных, так и невербальных, повышает ценность и полезность информации для обеих сторон, даже при отрывочных контактах;

- большое значение для эффективности коммуникаций имеет как физическое и психологическое их окружение, так и правильное определение собеседниками целей коммуникации и умение быстро приспосабливаться к их изменениям;

- для контроля за качеством коммуникаций со стороны руководителя, совершенно необходима обратная связь.

Кроме того, внутри организации всё общение должно строиться на долгосрочных целях и интересах, что повышает устойчивость общения в повседневной работе, неформальные коммуникации обычно бывают более эффективны, чем формальные, однако, для поддержания дисциплины в организации, формальные коммуникации просто необходимы.

М.А. Медведев

ЭФФЕКТ ИНТЕРАКТИВНОСТИ. АКСИОЛОГИЧЕСКИ ОБОСНОВАННОЕ СОТВОРЧЕСТВО КАК ОППОЗИЦИЯ ПРАГМАТИЧЕСКОЙ ТЕХНОЛОГИИ

Екатеринбург, Уральская государственная архитектурно-художественная академия

К началу XXI века в Западном мире (Евросоюз, Великобритания, США) прослеживается тенденция диалога субкультур, разрешающая проблему монологизма и иерархичности в культуре. Появлению этой тенденции способствовало

распредмечивание культурного опыта предыдущих поколений, позволившее сформировать техногенную городскую цивилизацию с эффективной коммуникационной структурой. Информационная культура самовоспроизводится и порождает новые, более сложные феномены, наиболее распространенным и недостаточно изученным из которых является эффект интерактивности.

Целью исследования является анализ и аксиологический статус эффекта интерактивности в общественных, гуманитарных науках, в дискурсе культурологии.

Материалы и методы исследования. В качестве информационной базы использованы теоретические выводы теории коммуникаций, маркетинга, теории современного искусства, анализируемые в аксиологической парадигме культурологии.

Новизна исследования состоит в определении характеристик интерактивности как специфического отношения в современной культурной коммуникации.

Термин интерактивность (от лат. *inter* — «между, внутри» и *activus* — «деятельный») означает взаимодействие внутри какого-либо процесса, события. Впервые понятие интерактивности стали применять в зарубежной *теории коммуникаций*, во второй половине XX века. М. Маклюэн анализировал современную медийную культуру, а так же проводил генезис различных феноменов коммуникации (от книгопечатания до телевидения). М. Маклюэн выделяет специфические ресурсные элементы культурно-коммуникативной сферы: пространство, время, потенциал физической и нервной системы человека. По мнению ученого, с 60-х годов XX – по начало XXI века, *гиперцепция* (глобальное восприятия мира через каналы СМИ) тотально вовлекает реципиента в виртуальный мир. Из этого следует, что человек, «распредмечивая» духовно-ценностные, художественные установки массовой культуры через СМИ, «стирает» границы реального и виртуального культурного опыта. Опираясь на логику М. Маклюэна, можно отнести эффект интерактивности в телевидении и Internet к «холодным» электронным медиа. «Горячее средство – это такое средство, которое расширяет одно-единственное чувство до степени "высокого разрешения". Высокое разрешение – это состояние наполненности данными» [6; 27]. «Горячие» медиа, по М. Маклюэну, фрагментируют общество, «холодные» электронные медиа – конструируют мировые, интерактивные пространства, деизолирующие каждого автора, как территориально и психологически, так и культурно.

Эффект интерактивности, исследуемый *теорией маркетинга*, является наиболее ощутимым для человека на уровне повседневности. По мнению экономиста А. В. Попова, являясь формой прямого маркетинга, интерактивный маркетинг обладает большим инструментарием воздействия на потребителя, большей избирательностью, идентификацией потребителей. Автор отмечает, что эффект интерактивности – это «наличие позитивных, развивающихся взаимоотношений между продавцом услуги и клиентом» [7; 320]. Содержательно такое понимание интерактивности необходимо трактовать как *утилитарное взаимодействие манипулятивного свойства* в отношении к покупателю, способствующее сбыту товаров и услуг. Г. Я. Гольдштейн

и А. В. Катаев в своём научно-педагогическом труде выявляют следующие характерные особенности интерактивного маркетинга: неограниченное электронное рекламное пространство, быстрота электронных покупок, низкие затраты на распространение рекламной информации, доступная информация [3; 107]. Интерактивность, в данном случае, понимается как эффект, связанный с активным вовлечением потребителей в компании продаж. «Эпоха маркетинга приручает нас видеть в Другом комплекс ментальных установок, которые можно эффективно использовать для побуждения человека к разнообразному потреблению» [3; 107]. Посредством данного эффекта человек производит взаимодействие с продавцом как в виртуальном (Internet), так и в реальном пространстве. Интерактивность, подобно элементам игры, имеет в теории маркетинге единственную ценность – *утилитарную ценность меновой стоимости труда по созданию эффекта интерактивности для определенного товара или услуги*, обоснованную дальнейшим извлечением прибыли.

Интересен анализ эффекта интерактивности *в теории современного искусства*, которое завершает «распредмечивание» духовно-ценностного и материально-технического опыта современного человека. Е. С. Ворошилова характеризует интерактивность в искусстве как *антирепрезентационную практику*, в которой произведение «покидает зону зависимости от смысла и автора, становится творческой коммуникацией, самопорождающей смыслы. В этой связи киберпространство является наиболее естественной средой для реализации творческой коммуникации как эстетической практики» [2; 60]. Множественные связи, возникающие в Internet пространстве, способствуют *коллективному, деперсональному творчеству*, порождающему новые, но общие для соучастников смыслы и ценности. Рой Эскотт определяет цель современного искусства *в создании предпосылок для коммуникаций в среде*, находящейся вне произведения художника «практически все действия пользователей, не отягощенные утилитарным смыслом, можно смело причислять к интерактивному искусству» [2; 61]. Рассмотрение художественного текста отдельно, без сетевого контекста теряет смысл и актуальность. Творчество и сотворчество становится прерогативой каждого потенциального пользователя Internet, созвучного его художественным и эстетическим вкусам, а недовершенность объекта предстает более актуальной, нежели завершенность. Тем самым, *цельность и образность* (свойственная классическому искусству) *в интерактивном искусстве нивелируется окончательно*, более кардинально, чем в постмодернистском коллаже, который использует элементы классики. В отличие от классического отношения «художник – зритель», где реципиент может лишь интерпретировать художественный текст, созерцая его, отношения среди *соучастников* интерактивного искусства материализуются в «физическом» изменении артефакта, художественного текста, преобразовании смыслового контекста.

Необходимо определить следующие положения по исследованию эффекта интерактивности в дискурсе культурологии. *Главная действующая сила и условие появления интерактивности в современных культурных процессах - это диалоговое соучастие, выраженное в культурно-ценностном, не утилитарно-мотивированном*

творчестве, провоцируемом недовершенностью арт-объекта и его контекстом. Процессы интерактивных арт-практик востребованы в укреплении связей между локальной городской культурой и «большой» культурой, в качестве обновления форм городской культурной среды, где роль сообществ и горожан возрастает. Без понимаемых и разделяемых ценностей подобные арт-процессы не состоятельны. Именно противоположностью, *оппозицией содержания отличается данный эффект в современном искусстве, от экономического, маркетингового аналога интерактивности* (идентичного с психологических и коммуникационных аспектов). В известной степени, нахождение диалогических связей в плюралистической палитре современного искусства является главным ее смыслом и новизной.

Литература:

1. Андреев. Н. Н. Семантико-прагматический анализ компонентов интерактивности в текстах немецких Интернет-магазинов / Н. Н. Андреев. – СПб.: 2009. – 28с.
2. Ворошилова. Е. С. Интеактивность как выразительное средство эстетических практик в условиях киберпространства // Вестник Томского государственного университета. – № 332. – 60, 61с.
3. Гольдштейн Г. Я. и Катаев. А. В. Маркетинг. Учебное пособие для магистрантов / Г. Я. Гольдштейн и А. В. Катаев.– Таганрог.: Изд-во ТРТУ, 1999. – 107с.
4. Дубина И. Н. Современное телекоммуникационное искусство: становление новой парадигмы творчества // Философский портал. 15.12.2008. URL: <http://philosophy.ru/library/dubina/paradigm.html> (дата обращения: 30.07.2010).
5. Купер. М. Медиареволюция: Средства журналистского производства захвачены обычными людьми // М. Купер.— Екатеринбург.: Изд-во Гуманитарного ун-та, 2010. – 30 с.
6. Маклюэн. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева. – М.: «Жуковский», 2003, –
7. Попов. А. В. Маркетинговые игры. Развлекай и властвуй. М.: 2006. – 320с. http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/23356 4.02.2011.

А.В. Нижегородов

ДОСТУПНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Санкт-Петербург, военная академия связи имени Маршала Советского Союза С.М. Буденного

Процесс глобализации затрагивает все сферы общества, не исключением становится и информационная сфера. Реалии сегодняшнего времени показывают, что информация становится одним из наиболее важных ресурсов, необходимых для анализа, прогнозирования и принятия решений. Доступность информации является ключевым звеном, при котором субъекты, имеющие право доступа, могут

реализовывать эти права беспрепятственно, в режиме реального времени, с заданной степенью защищенности от несанкционированного доступа.

Одним из бурно развивающихся направлений в информационной сфере являются облачные технологии. Бурное развитие облачных технологий можно наблюдать с 2005 года, а их широкое внедрение с 2008 года. Помимо достоинств, таких как отказоустойчивость, экономичность и гибкость, данные технологии открывают новый пласт проблем связанных с информационной безопасностью. Доступность, как свойство, позиционируется разработчиками облачных сервисов, как одно из главных достоинств данных систем. Данный факт спорен. Причин этому достаточно, начиная с того, что имеется ввиду под этим термином: экономическая составляющая, доступность информационных ресурсов, высокая доступность (*high availability*) и др.

Многие организации оценивают экономическую эффективность перехода на облачные технологии как очень низкую. Доступность информационных ресурсов при использовании облачных сервисов, и тем более их высокая доступность подразумевает использование таких способов и методов, при которых достигается высокий уровень доступности в течение какого-либо промежутка времени. Для этого необходим анализ центров обработки данных (далее ЦОД), сетевых устройств подключаемых к облачным сервисам, нормативно-правовой базы по применению облачных технологий и др.

По мнению ряда экспертов, отсутствие надежных ЦОД, является одним из решающих факторов отказа от использования облачных технологий. Касательно вопросов защиты информации в ЦОД помимо программного обеспечения, важной составляющей является человеческий фактор. При использовании облачных технологий качество каналов связи и их характеристики очень важны. В большинстве регионов РФ соглашение об уровне предоставления услуг и качества обслуживания являются не решенными вопросами.

Несомненно, все вышеперечисленные составляющие являются важными составляющими подхода к безопасности облачных технологий, но необходимость разработки унифицированных стандартов в этой области является ключевым моментом.

Таким образом, необходимость развития систем защиты облачных технологий, а в частности задачи высокой доступности информационных ресурсов является актуальной проблемой.

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

Киев, Национальный университет технологий и дизайна

Проводя историческую ретроспективу тенденций развития современного общества, можно выделить три основных этапа его развития:

- доиндустриальное (аграрное) общество, в котором главными институтами выступали сельское хозяйство, церковь и армия;

- индустриальное общество с промышленным комплексом в качестве лидирующего института, который обеспечивал насыщение рынка наращиванием объемов продукции массового производства;

- постиндустриальное общество, основным институтом и движущей силой которого является наука, а основой производства выступают три отрасли - микроэлектроника, биотехнология и информатика с их новыми технологиями. Наиболее важной сферой индустрии услуг, которая выходит на передовые позиции, становится розничная торговля и обслуживание, а промышленность при этом переходит с массового на клиентоориентированное производство.

Согласно теории американского социолога М. Кастельса новая экономика постиндустриального общества характеризуется тремя фундаментальными чертами.

Во-первых, это *информационная экономика* (Д.Белл также считает информационный фактор ведущим критерием постиндустриального общества). Согласно этой концепции:

каждая страна, независимо от мирового рейтинга, развивается по законам информационного общества;

информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) становятся важнейшим фактором развития любой национальной экономической системы;

свободный поток информации снижает барьеры в экономической деятельности и стимулирует рост производительности даже в тех государствах, которые мировое экономическое сообщество не относит к постиндустриальным странам;

производство знаний и процессов управленческой информации определяют производительность и конкурентоспособность всех экономических единиц – от фирм до целых стран.

Во-вторых, это глобальная экономика. Данную черту можно расширить до *глобально-глокальной экономики*, дополнив концепцией английского социолога Р.Робертсона, который ввел в конце 80-х гг. в научный оборот понятие «глокализация».

Глобализация представляет собой процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации.

Процессы экономической глобализации достаточно успешно развиваются вширь, распространяя свое воздействие практически беспрепятственно, на все мировое хозяйство. Они связали воедино центры экономической активности во всех странах. Основным следствием этого является мировое разделение труда; стандартизация законодательства, экономических и технологических процессов; сближение и слияние культур разных стран; вливание иностранных инвестиций в экономику большинства стран, что формирует модель и условия их развития.

Предполагалось, что на современном этапе, благодаря революции в сфере информационных технологий, глобализация будет протекать как интеграционный процесс, как движение к достижению все большей целостной замкнутости, общности. Однако постепенно глобализация превратилась в инструмент углубления мирового неравенства.

Параллельно с этим процесс экономической глобализации вглубь с его воздействием на бизнес-процессы, бизнес-культуру, инновации и т.д., начинает вызывать отрицательную реакцию национальных государств и бизнес-структур.

Таким образом, хотя процесс глобализации мировой экономики находится на подъеме, однако даже в фазе роста в нем проявляется ряд противоречий, которые вызывают его модификации и постепенное перерастание в новую сущность, когда можно говорить уже о глобализационно-глокализационных процессах.

В широком смысле глокализация отражает такой уровень мирового сознания, для которого характерно одновременно и отстаивание обществами своей самобытности (локальность) и стремление к стиранию прежних пространственных границ, к укреплению внешних связей.

Процесс глокализации предполагает открытость субъектов мировой экономики местным, национальным технико-технологическим новациям.

Этот процесс позволяет малому и среднему бизнесу из развивающихся стран учиться у транснациональных компаний, ускоряет передачу знаний и навыков, давая возможность локальному игроку выйти на глобальный уровень.

Если глобализация унифицирует, стандартизирует и, в известной степени, сжимает мировое хозяйство, то процесс глокализации вновь делает его многогранным, многомерным, а компании, использующие преимущества глокализации, т.е. умение работать через границы, находить точки соприкосновения с различным и бизнес-культурами обязательно, при прочих равных условиях, добьются высокой международной конкурентоспособности.

Таким образом, глобальные и локальные тенденции в конечном счете взаимодополняемы и взаимопроникают друг в друга.

В-третьих, *новая экономика охвачена сетями*. Речь идет о новой форме социальной организации – сетевом предприятии. Это не сеть предприятий. Это сети, созданные либо из различных фирм, либо из сегментов фирм. Таким образом, крупные организации могут быть внутренне децентрализованы по типу сетей, а также сотрудничать с другими организациями в рамках отдельных проектов. Малый же и средний бизнес соединяется в сети. Это информационные сети, связанные между

собой на основе специфических бизнес-проектов и прекращающие свое существование вместе с прекращением проекта.

В свете вышеперечисленных тенденций мировых экономических преобразований Украина, Россия и другие страны на постсоветском пространстве пытаются определить стратегию своего развития. В последние годы стало очевидно, что их потенциал индустриальной модели развития полностью исчерпан и сегодня существует реальный шанс осуществить рывок, используя преимущества постиндустриального пути развития.

Мировой опыт развития глобализационных процессов и международной экономической интеграции свидетельствует, что уровень конкурентоспособности экономики стран и регионов зависит прежде всего инструментов конкурентной борьбы за потребителя.

Одной из ключевых проблем предпринимательства в современной информационно-глобальной экономике является доминирование функционального управления в организациях, что порождает множество трудностей. Адаптация в новых условиях функционирования возможна лишь при переходе на систему управления, в основе которой лежит современная концепция процессного подхода с построением сети бизнес-процессов, которая вытесняет преобладающие иерархические структуры.

Чтобы управление было эффективно, также следует создать эффективную коммуникационную систему, которая соответствовала бы требованиям современных информационных технологий и учитывала работу организаций в условиях глобализации и построения сетевого общества, поскольку знания и информация в сочетании с ориентацией на клиента становятся ключевыми источниками производительности и конкурентоспособности. При этом своевременность, полнота, высокая скорость сбора, обработки с возможностью кодирования, передачи информацией зависят не только от доступа к соответствующей технологической инфраструктуре, но и от качества человеческих ресурсов, от их способности управлять новейшими информационными системами и поддерживать связи в мировом экономическом пространстве.

Неспособность того или иного государства создать и поддерживать активно действующую экономику и войти в глобальный бизнес означает, что оно останется экономически слабым, не будет иметь возможности динамично развиваться и не сможет обеспечить экономический рост.

Таким образом, переход от индустриального к сетевому глобально-информационному обществу с его динамизмом требует коренных изменений в отношении к организации целенаправленной деятельности. Задача всех стран и их экономик заключается в стимулировании и содействии переходу к новому обществу. Для достижения этих целей важно строить работу на следующих ключевых направлениях:

рациональное управление макроэкономикой, и использование преимуществ новых ИКТ;

проведение экономических и структурных реформ на уровне как национальной экономики так и отдельных хозяйствующих субъектов в целях создания обстановки открытости, эффективности, конкуренции и использования нововведений;

разработка информационных сетей, обеспечивающих быстрый, надежный, безопасный и экономичный доступ к сетевым технологиям, их обслуживанию и применению;

развитие человеческих ресурсов, способных отвечать требованиям информационной экономики, посредством образования, пожизненного обучения и удовлетворения растущего спроса на специалистов в области ИКТ во многих секторах экономики.

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

Е.В. Суший

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННЫХ ГИБРИДНЫХ РЕЖИМОВ

Киев, Национальная академия государственного управления при Президенте Украины

Глобальный процесс демократизации и связанное с ним стремление многих современных диктатур обеспечить себе внутреннюю и внешнюю легитимность предопределили возникновение многочисленных гибридных режимов – демократических снаружи, но авторитарных по своей сути. Демократические составляющие таких режимов становятся условием получения экономической, политической, гуманитарной помощи со стороны Запада в проведении реформ, поддержки внешнеполитического имиджа и репутации государства. «Гибридность» режима отличает упорная церемониальность процедур: выборы в стране проходят, но под контролем властей, пресса свободна, но в определенных рамках, политическая культура слаборазвитая, а гражданские свободы реализуются частично.

Феномен «гибридных режимов», по сути, отчетливо демонстрирует институциональный и социокультурный аспекты реформирования государственной политики. Первое проявляет себя в неспособности общественных структур и институтов узаконить то, что призвано служить потребностям и интересам большинства населения, равно как и выполнить узаконенное. Второе заключается в деградации искусства и способности граждан соотносить общественные вопросы и личные проблемы, видеть связь между ними, что приводит к аполитичности и безразличия ко всем общественным вопросам. В таких условиях, отмечает С. Бауман, на фоне фрагментации общества, эрозии публичной сферы и вымывания рядов «заинтересованных граждан», демократия выхолащивается, превращается в «демократию без народа и без граждан» либо вырождается в олигархию или в охлократию [1, с. 230-231].

Политическая и социально-экономическая институциональная наследственность, доставшая после краха коммунистической системы, стала весьма плодородной почвой для произростания нового поколения гибридных режимов, которые расположились между полюсами демократии и автократии. Наибольшую волю преодолеть остатки советского прошлого проявили страны Балтии (Латвия, Литва, Эстония). Глубоко укорененная евроисторическая протестантская традиция помогла им осуществить внутренние реформы и интегрироваться в европейское демократическое пространство. Страны центрально-азиатского региона (Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан), имея укоренившуюся исторически кланово-племенную традицию, довольно быстро ее восстановили и продолжили свое развитие как автократии. Россия упорно реализует на постсоветском пространстве свои исторические имперские амбиции, которые время от времени приобретают различные формопроявления: военного (Чечня, Грузия) или политико-экономического давления (Беларусь, Украина), манипулирования массовым сознанием и т.п.

Украина на пути развития национальной государственности также переживает существенные осложнения. Во-первых, (в отличие от других государств-республик бывшего СССР) она хоть и содержит в себе исторически унаследованное стремление к национальному суверенитету, но эта интенция сочетается с отсутствием опыта государственного созидания, который только теперь страна приобретает. Во-вторых, специфическое географическое расположение Украины (на пересечении «великого шелкового пути» и «пути из варяг в греки») вынуждает ее уравнивать свои внешнеполитические отношения, подаваясь в сторону «многовекторности». Это в полной мере касается ее отношений с Европейским Союзом и Россией. В-третьих, специфичность (по сравнению со многими постсоветскими странами) национального культурного кода («золотое сечение», или соотношение частей целого как 1:2) существенно радикализирует не только украинские демократические тенденции, но и обратные «откаты» от демократии. Так, полноценным мировым демократическим событием было признано «оранжевую революцию» в Украине (2004). Однако уже через год Украина (в контексте «обратных» тенденций) стала стремительно терять свои демократические достижения, трансформируясь, по данным международного рейтинга демократии «Economist Intelligence Unit», вначале от образца на «неполноценную демократию» (2010), а сегодня уже на «гибридный режим» (2011). Существенного ухудшения претерпела в течение последних лет и динамика показателей качества демократии в Украине: 52 место (2006) - 53 (2008) - 67 (2010) - 79 (2011) [6].

Пример «социальных флуктуаций» в Украине убедительно демонстрирует нелинейный характер перехода стран от тоталитаризма к демократии, раскрывает причины продолжительности и сложную природу транзита, в ходе которого формируются современные демократические институты; возрождаются основы сложной рыночной экономики; приобретают надлежащего международного статуса и

надлежащей внешнеполитической стратегии международные отношения в Европе и Азии [4, с. 80].

Соответственно возникает ключевой вопрос: насколько адекватным и достаточным является ответ национальной политико-управленческой элиты, чтобы осуществить успешный выход Украины из системного кризиса и обеспечить ее устойчивое развитие в новых цивилизационно-исторических условиях глобализации? Кардинальный вызов, который испытывает человечество с переходом к новой социальной реальности, требует ответов, способных преодолеть вековую инерцию сознания, сложившейся на протяжении более чем трех столетий эпохи Модерна. Поэтому неудивительно, что даже политики в своих представлениях содержательно путаются, подменяя новые, только формирующиеся тенденции старыми, отживающими свое историческое время представлениями.

Осмысление результатов политических, экономических и культурных изменений, которые претерпели за последние двадцать лет страны бывшего СССР, продвинуло научно-экспертное сообщество к пересмотру прогнозов относительно перспектив демократизации посткоммунистических политических режимов. Первоначально общественно-политические трансформации воспринимались в фокусе единого линейного вектора «демократического транзита» - от распада тех или иных разновидностей авторитаризма к постепенному выстраиванию консолидированной демократии либерального типа. Считалось, что «переходные» страны неизбежно должны пройти типологически единые стадии демократизации: эрозию и распад авторитаризма, режимная либерализация, институциональная демократизация, этап неконсолидированной демократии и, наконец, демократическая консолидация. И хотя специалисты были едины во мнении, что темп продвижения к консолидированной либеральной демократии зависит от совокупности внутренних и внешних обстоятельств, сам вектор движения виделся вполне определенным [3, с.123].

Тем не менее, ошибочным признан прогноз относительно быстрого перехода к демократии в результате кропотливой работы посткоммунистических элит над конституциями [5]. Конституционная коллизия Украины стала примером неутешительной делегитимации самой сути конституционного строя и конституционного управления страной. Вместе с тем, подтвердилось предположение, что основным препятствием модернизации выступают не столько культурные, сколько бюрократические барьеры, которые поддерживает существующая в стране система управления [2]. В контексте конституционных перипетий вопиющими стали проблемы злоупотребления политическими и экономическими свободами со стороны национальных политических элит и финансово-промышленных групп. Суть этих проблем выразилась в попадании Украины в оковы «порочного (экклезиастового) круга», вызвавшего изначально т.н. «Конституционный кризис» (1995-1996), а ныне «социально-экономический кризис» (2006-2012). Выходом из первого кризиса стало применение в новой Конституции Украины принципа «разделения властей». Относительно выхода из второго кризиса процесс его осмысления продолжается. Хотя практический ответ на подобный вызов демократии времен «великой

депрессии» (1929-1933) продемонстрировал «новый курс» Президента США Франклина Рузвельта. Его суть заключалась в дифференциальном подходе к субъектам хозяйствования, который был реализован через налоговую систему и частично через управляемую инфляцию.

Довольно спорным оказался также вопрос примата международных (внешних) или внутренних факторов в переходных обществах.

В исследовании «Конкурентный авторитаризм: «гибридные режимы» после Холодной войны» (2010) С.Левицкий и Л.Вей проанализировали влияние международного сообщества на внутривластный баланс сил в переходном обществе. Понятием «конкурентного авторитаризма» авторы называют режимы, в которых формально демократические институты обозначены, но по сути их трудно отнести к демократическим, поскольку игровое поле значительно искажено в пользу главенствующих акторов [7, р. 4]. Подобные «гибридные режимы» рассматриваются ими не только как временное явление переходного периода, а как устойчивая политическая система, способная существовать длительное время.

Изучая траектории развития современных переходных режимов, С.Левицкий и Л.Вей исходят из представления о внешних и внутренних факторах. В частности, они определяют влияние на ситуацию трех независимых факторов: внешнеполитических связей «гибридных режимов» с Западом, рычаги влияния (экономические и политические) Запада и организационный потенциал режима. Уровень корреляции между этими факторами, собственно, и отражает определенную траекторию режима. Так, в регионах с широкими связями с Западом (например, в центральной Европе и Южной Америке) масштабы международной политической и экономической поддержки значительно способствовали демократическим преобразованиям, что позволило существенно ограничить власть правящих элит, даже на фоне сложных социальных условий. Однако там, где связи с Западом были менее широкими (например, в постсоветских странах), результат политического развития преимущественно определялся организационным потенциалом режима. Иными словами, даже при содействии Запада результат общественно-политических трансформаций зависит от политической воли политико-управленческой элиты и позиции граждан. Следовательно, делают вывод исследователи, внешние факторы способны изменять внутренние стимулы и разделение властей в части способов действия, которые становятся решающими с точки зрения последствий для режима. Однако степень их влияния зависит от внутренней ситуации. Приведя как пример «гибридного режима» Украину Л.Вей отмечает, что наблюдаемое в последнее время в ней «падение демократии» - это не проявление потребности населения в авторитарной власти, а скорее облегчение для конкурирующих политических группировок возможности нарушать демократические нормы.

Ценность проведенного вышеупомянутыми авторами исследования заключается в том, что они убедительно доказали следующее положение: геополитика способна управлять национальной политической эволюцией, но только государственная способность, скрепленная политической волей, качеством человеческого потенциала

и ценностями, определяют перспективы развития страны, успешность осуществляемых реформ, ее имидж на внешнеполитической арене и место в современном глобальном мире.

Примечания:

1. *Бауман З.* Индивидуализированное общество / З. Бауман. – М. : Логос, 2002. – 326 с.
2. *Лапин Н.* Социокультурные факторы российской стагнации и модернизации / Н. Лапин // Социс. – 2011. – № 9. – С. 3-17.
3. *Мельвиль А.Ю.* Демократические транзиты / А.Ю. Мельвиль // Политология: Лексикон / Под ред. А.И.Соловьева. – М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2007. – С.123-134.
4. *Ткаченко В.* Суверенная бюрократия Украины: в зоне двойной периферии / В. Ткаченко // Вестник общественного мнения. – 2010. – № 2. – С. 80-88.
5. *Хэнсон С.* Эволюция постсоветских режимов / Стивен Хэнсон // Pro et Contra. – 2011 (сентябрь-октябрь). – Том 15. – С. 105-120. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://uisrussia.msu.ru/docs/nov/pec/2011/5/ProEtContra_2011_5_09.p
6. *Democracy index 2011. Democracy under stress. A report from the Economist Intelligence Unit* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.sida.se/Global/About%20Sida/S%C3%A5%20arbetar%20vi/EIU_Democracy_Index_Dec2011.pdf
7. *Levitsky S., Way L.A.* Competitive Authoritarianism: Hybrid Regimes After the Cold War / Steven Levitsky, Lucan A. Way. – New York : Cambridge University Press, 2010. – 536 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://sitemaker.umich.edu/comparative.speaker.series/files/levitsky_with_bib.pdf

А.В. Бушковский

КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ ГОСУДАРСТВА «ВТОРОГО ЭШЕЛОНА»

Санкт-Петербургский государственный университет путей сообщения

К странам «второго эшелона» относятся такие государства, где социальный процесс и создание технических изобретений протекает на основе заимствования из наиболее развитых стран. Такое положение, естественно, накладывает отпечаток и на коммуникативную стратегию государства, вынужденного сочетать консервативные социальные установки с техническими новшествами. Несовпадение различных коммуникативных «контуров» (научного, административного, правового) вызывает определенные сложности в модернизации жизни страны. Нерешенные в прошлом вопросы с прежней болезненностью встают перед реформаторами. Современная Россия до сих пор бьется над проблемами, возникшими после отмены крепостного права. И пример строительства железных дорог (самой мощной материальной

коммуникативной системы) демонстрирует указанное явление – особенно в связи с информационной безопасностью.

Железные дороги строились в эпоху промышленного переворота, который в России осуществлялся по законам развития страны «второго эшелона». Для него характерна «инверсия» этапов складывания крупнокапиталистического производства (создание современных средств сообщения стало рычагом «насаждения» национального капитализма, тогда как в странах первого эшелона эти формы «увенчивали» складывание буржуазного типа хозяйства)...Однако роль государства при этом оказывалась, как правило, двойственной и противоречивой: активно насаждая технико- организационные формы буржуазного хозяйства, оно ...сознательно консервировало различного рода докапиталистические институты» [1]. Модернизация экономики и транспорта в России была невозможна без поддержки государства (накопления частного капитала оказывались невелики, а риск разориться при строительстве крупного объекта – велик). Но существовала прямая опасность и вредного государственного вмешательства, так как контроль и управление осуществляла бюрократия, воспитанная в традициях феодального верноподданнического подчинения «верху» и кормления за счет «низа». В результате «органическое» создание транспортной системы искажалось подлаживанием собственно технической структуры под амбициозные установки некомпетентной властной элиты. Крупнейший инженер – путеец П.П. Мельников, возглавлявший строительство Петербурго-Московской железной дороги, столкнулся с трудностями, которые перетекли в техногенную катастрофу, чудом не приведшую к гибели многих членов императорской фамилии – т.е. к политическому кризису.

В июле 1851 года в Москве проходили празднества по случаю 25-летия коронации Николая I и открытия Петербурго-Московской железной дороги. Такое сочетание событий - чисто символического и «материально» замеримого – чревато рискованной спешкой в реальных делах во имя идеологических выгод и самолюбования власти. Императорская фамилия, и двор отправились в поезде в Москву и благополучно прибыли в нее, продемонстрировав всему цивилизованному миру доказательство технических успехов России. Полотно дороги выдержало нагрузку. Но главный организатор и исполнитель проекта Мельников понимал, что дорога не готова к регулярной работе: не были укомплектованы кадры, отсутствовала должная телеграфная связь, не осуществлена отработка совместных действий подразделений в сложных ситуациях, не утверждена даже точная схема подчинения при регулировании перемещения поездов (при тогдашнем однопутном движении). Мельников обо всем предупредил главноуправляющего путями сообщения Клейнмихеля, но тот проигнорировал слова предусмотрительного инженера. Такое положение не было случайностью. Еще в 1847 г. П.П. Мельников приглашал академика Якоби для организации электромагнитного телеграфа на Петербурго-Московской дороге. Из-за постоянного вмешательства в рабочие дела со стороны Департамента железных дорог ведомства путей сообщения возник конфликт между Якоби и Клейнмихелем, в результате которого Якоби был вынужден оставить столь

необходимое дело для безопасной организации движения на магистрали. И только в 1854 году устройство было закончено особым комитетом [2].

Дело кончилось столкновением поездов. Но двор не был поставлен Клейнмихелем в известность. Затем состав, везший императрицу в Петербург, случайно не сошел с рельсов из-за несогласованности действий персонала дороги.

Такое техническое сооружение, как железная дорога, уравнивало царя и его последнего подданного перед лицом смерти, а потому блокировка информации о неполадках на транспорте соответствовала интересам бюрократии, даже если ставило под удар благополучие высшей власти. А проблема опасности, которая грозила даже физическому выживанию всевластного монарха из-за этой всевластности, осталась. 17 октября 1888 года на перегоне Тараново-Борки близ Харькова из-за превышения скорости произошло крушение поезда императорской семьи, которое вызвало болезнь Александра III, которая через шесть лет свела его в могилу.

Литература:

1. Хорос В.Г. Предпосылки формационного порядка // Пантин И.К., Плимак Е.Г., Хорос В.Г. Революционная традиция в России. М., 1986. С.27-28
2. П.П. Мельников – инженер, учёный, государственный деятель. – СПб.: Гуманистика, 2003.С.51

В.Ф. Живодер, А.И. Крюков

КОММУНИКАЦИЯ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВЕННОСТИ КАК ФАКТОР ДЕМОКРАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Украина, Сумы, Сумский институт последипломного педагогического образования

Современный мир вступил в новую эпоху, характеризующуюся разворачиванием информационно-сетевых технологий, глобализацией и конвергенцией общественных процессов, формированием планетарной информационно-гуманитарной сферы. Информационная революция, охватившая все страны мира, ведет к глубоким переменам в производстве, в социально-экономической сфере и духовно-культурной жизни. Информация стала одним из основных факторов научно-технического прогресса.

Открытость государственной власти является важным условием демократизации государства, перестройки гражданского общества, залогом утверждения демократических норм и правил в отношениях между гражданами, их объединениями и государственными органами. Особое место в этом процессе принадлежит обмену информацией как способу коммуникации между органами государственной власти, органами местного самоуправления и гражданами страны.

Современный этап развития демократии в России, Украине и других странах постсоветского пространства требует совершенствования механизмов взаимодействия

граждан и государства, его методов и форм. В контексте активизации формирования гражданского общества самыми актуальными вопросами настоящего является налаживание эффективного взаимодействия между властью и обществом, создание действенных механизмов этого процесса. Учитывая это чрезвычайно важно разработать принципы такого взаимодействия, определить основную цель и конкретные направления формирования новых подходов к организации механизмов коммуникации в сфере государственного управления, то есть ее философской базы, что должно стать приоритетом деятельности органов государственной власти.

По нашему мнению, коммуникация – это жизненно важный инструмент укрепления демократии, повышения уровня уважения, к правам человека. Формирования демократических институтов нуждается в совершенствовании механизма коммуникации между государством и общественностью. Важно подчеркнуть, что коммуникация является динамическим процессом обмена информацией в обществе. Это не хаотический поток, а организованная система с четко определенной структурой связей.

Информационные технологии за последние два-три десятилетия качественно изменили вид современного мира. Средства и каналы доставки разнообразных сведений, созданные на основе компьютерных и спутниковых систем связи, осуществили настоящую революцию в человеческом общении. В связи с этим можно утверждать, что широкое применение информационно коммуникационных технологий воспринимается в современном обществе не только как необходимо условие повышения конкурентоспособности отечественной экономики, но и как средство повышения эффективности государственного управления и местного самоуправления, последующего развития демократии.

В основе этого процесса, на наш взгляд, должны стать реальные шаги государства по обеспечению прав граждан на свободный поиск и получение информации, массовое распространение технических средств, которые расширяют возможности участия населения в осуществлении власти.

Литература:

1. Бражко О. В. Формування соціальної політики в системі державної регуляції зайнятості населення / О. В. Бражко // Державство і регіони. – 2009. – № 4. – С.144–152. – (Серія “Державне управління”).
2. Стойка А. В. Стратегічне державне управління соціальною сферою : [монографія] / А. В. Стойка. – Донецьк : ВІКІ, 2010. – 404 с.
3. Соціальне партнерство і державна політика: від теорії к практиці демократизації державного управління : (монографія) / (В. М. Мартиненко, О. М. Плут, С. Л. Кириї і др – Харків. : Вид-во ХАРРІ НАДУ “Магістр”, 2009. – 252 с.

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ЭТИКА ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Многовековая история формирования этических ценностей разрабатывалась в противопоставлении двух концептов: справедливость и свобода. О свободе как о независимости и самостоятельности мечтали всегда, что выражалось в многочисленных восстаниях, философских учениях и пр. Действительно сложно возражать против требований свободы и справедливости. Однако как показывает исторический опыт, попытки прийти к идеалу свободы приводят к неожиданным последствиям.

В таком контексте как никогда становится актуальным обозначить принципы формирования коммуникативных стратегий в государственном управлении с позиции этики ответственности. По сути, выбор коммуникативных стратегий соответствующих определенным этическим принципам и есть стимулирование социальной активности человека, ориентация на ценности, которые обеспечивают завтрашнее развитие социума.

Современные информационные технологии изменили природу коммуникативных отношений, их масштаб, цели и результаты. В свою очередь, средства массовой коммуникации сформировали для этого действительно неограниченные новые потенциалы, многократно усилив действенность использования информации в этих целях. К.-О. Апель, подчеркивая изменения в социокультурной сфере, происходящие в современной цивилизации, охарактеризовал их как «типичный пример неравенства» между «экспансией научно-технических возможностей и тенденцией к торможению, характерной для морали» настоящего времени. К.-О. Апель в теории коммуникативного сообщества развивает идею о тесной взаимосвязи коммуникации и этики. Ключом к сохранению социокультурной идентичности в различных коммуникативных ситуациях становятся не только процессы самопереживания собственного Я, но и акты коммуникации. Исследователь занимается вопросами этического обоснования трансцендентальной прагматики в общем русле этики «ответственности» в концепции Х. Йонаса. Именно он выдвинул на первый план этических проблем аспекты коммуникативности.

Американскими профессорами кафедры коммуникативных дисциплин Колледжа изобразительных искусств и коммуникации в Техасском университете, в Сан-Маркосе С.А. Биби и Т.П. Мотет, было проведено исследование по поиску объединяющих принципов человеческих коммуникаций (Биби С.А., Мотет Т.П. Коммуникация и ценности //Вестник РГГУ, 2007). Эти принципы рассматриваются во всех коммуникативных контекстах: осмысленность, искусство вербального и

невербального общения, умение слушать, отвечать и адаптировать свой ответ к особенностям восприятия аудитории – важнейшие элементы взаимодействия между людьми, независимо от того о какой коммуникации идет речь (межличностной, групповой, публичных выступлениях, интернет-общении и пр.), отмечают исследователи.

При этом этика коммуникаций рассматривается как основа для ответственного образа мыслей, способа принятия решений, развития взаимоотношений и создания сообществ в различных контекстах, культурах посредством различных средств и каналов коммуникации. Более того, коммуникативная этика показывает честь и достоинство человека, воспитывая в нем честность, справедливость, ответственность, уважение к самому себе и окружающим. Именно об ответственности, с нашей точки зрения необходимо говорить при исследовании специфики коммуникаций в государственном управлении. В настоящее время как, отмечает М.С. Солодка, на смену традиционным этическим системам должна придти новая этика – этика ответственности.

Особенности управления в современных коммуникациях зависят в первую очередь не от специфики внешнего воздействия, а от ответственности за принятые решения. В силу этого, разумное управление должно научиться обращению с неустойчивостью, определяя граничные условия возможных воздействий.

В таком контексте концептуальное значение приобретает вопрос об этической ответственности субъекта управления, поскольку сегодня, когда развитие информационных технологий ставит новые вопросы о сохранении социокультурной идентичности в глобальности коммуникаций, проблемы связанные с пониманием ответственности человека за принимаемые им управленческие решения становятся как никогда актуальными.

С.Н. Луценко

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ НА ОСНОВЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Украина, Сумы, Сумский областной институт последипломного педагогического образования

Высокоразвитые государства рассматривают построение информационного общества как основу своего социально-экономического, политического и культурного развития и проводят целенаправленную государственную политику.

Главная стратегическая цель государственной информационной политики Украины - это обеспечение перехода к новому этапу развития нашего государства, построение информационного общества и вхождение его в мировое информационное сообщество.

В условиях построения социально ориентированной рыночной экономики и гражданского общества государству необходимо содействовать повышению прозрачности и эффективности государственного управления при максимальном доверии народа. Заметим, что создание таких условий является наиболее приемлемым и для Украины в современных условиях информационного общества на национальном уровне. Необходимо использовать весь передовой мировой опыт и все достижения, чтобы на основе отечественного научного потенциала получать решения, по крайней мере, на уровне мировых стандартов.

Следует отметить, что в последние годы происходят изменения в сознании государственных служащих. Они требуют информационного обеспечения, потому что это ускоряет и совершенствует процесс принятия решений.

Национальная информационно-коммуникационная сфера Украины призвана обеспечить создание единого информационного пространства. Одновременно Украина постепенно входит в европейские и глобальные информационные инфраструктуры.

Нынешний путь построения информационного общества в Украине отображен в проекте "Электронная Украина" - Национальная стратегия развития информационного общества Украины". Информационные технологии начали трансформацию государственного управления, чтобы приспособить его к информационной эре. С помощью информационных технологий ускоряется процесс принятия решений и их воплощения, высвобождается часть рабочего времени; появляется механизм информационного обеспечения при проведении государственной политики, определяются новые каналы предоставления гражданам информации и услуг, этот процесс проявляется в изменении подходов к процессу управления.

В Украине разработана Концепция Государственной целевой программы внедрения в органах государственной власти программного обеспечения с открытым кодом, которой предполагается преодоление технологической зависимости страны от отдельных субъектов рынка, осуществление мероприятий для использования различных моделей программного обеспечения (проприетарного и с открытым кодом), создание условий для доступа населения к приемлемому по цене программному обеспечению, снижению объемов использования нелицензионного ПО, снижения расходов государственного бюджета на легализацию ПО, развитие индустрии ПО в Украине.

Уровнем информационного обеспечения проверяется и оценивается степень зрелости общества. Важным фактором является готовность государственной власти выполнять свое назначение в соответствии с требованиями современного общества. Власть в условиях демократического открытого общества заинтересована в информатизации всех сфер общественной жизни и индивидуального бытия человека. Она является важным фактором выработки и реализации государственной политики применительно к новым условиям информационного общества.

Инструментами власти будущего является информация, перспективные научно-технические исследования, высокий образовательный уровень рабочей силы, развитая система массовых коммуникаций и организационная структура. Для повышения эффективности государственного управления важным остается усовершенствование механизма информационного обеспечения.

Таким образом, использование информации в государственном управлении на основе новейших информационных технологий обеспечивает предоставление органами государственной власти электронных информационных и административных услуг гражданам и бизнесу на базе электронных информационных ресурсов с использованием сети Интернет и является крайне важным для повышения эффективности государственной власти в Украине.

Литература:

1. Електронна демократія: сподівання та проблеми / Джоан Кедді, Крістіан Вергез [та ін]; [пер. з англ. С. Соколик, О. Орель, К. Гомма] – К. : Центр адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу, 2009. – 164 с.
2. Мартиненко С. В. Сучасні програми розвитку Е-Уряду [Електронний ресурс] // Сайт “АМВ” group. – Режим доступу : http://www.itsway.kiev.ua/index.php?language=ru&main_managemen=about&managemen=eGov_2
3. Скалацький В.М. Інформаційне суспільство: сучасні теорії та моделі (соціально-філософський аналіз). Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук: 09.00.03 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [URL: http://disser.com.ua/contents/7365.html7365.html](http://disser.com.ua/contents/7365.html7365.html)
4. Доповідь про стан та розвиток інформатизації в Україні за 2009 рік // Кабінет Міністрів України. – К., 2009. [Електронний ресурс] / Сайт „Законодавство України” – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=n000512009&test=4/UMfPEGznhhxPk.ZiTCXiquHdlhssFggkRbI1c>

В.В. Мадиссон

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭЛИТА: ОСОБЕННОСТИ РЕКРУТИРОВАНИЯ И ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ УКРАИНЫ)

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Термин «элита» означает лучший, отборный, избранный. Понятийного статуса в общественно-политической сфере этот термин приобретает в начале XX века. Элитой считаются выдающиеся представители общества – группы людей, имеющих высокие профессиональные качества, которые делают их избранными и такими, что дает им право властвовать.

Признанными теоретиками элитизма являются В.Парето, Г.Моска, Р. Михельс, Дж.Бернхем, Р.Миллс, Д.Белл и др..

В украинской политологии приложили руку к определению сущности и роли политической элиты В.Липинский, Д. Донцов.

Николай Бердяев писал: «Власть не может принадлежать всем, не может быть механически равной. Власть должна принадлежать лучшим, избранным личностям, на которых ложится большая ответственность и которые возлагают на себя большие обязанности» [1, с. 127].

Для типологизации политической элиты применяют различные подходы и критерии.

По отношению к власти и месту в системе властных отношений политическая элита делится на правящую, ту, которая непосредственно владеет государственной властью, и оппозиционную – ту, которая ведет борьбу за эту власть.

Согласно правомочности и законности обладанием государственной властью элита делится на легитимную и нелегитимную. Первая опирается на широкий круг людей и их поддержку, вторая господствует без согласия масс и навязывает свою волю.

Идеологический аспект различает элиты демократические, либеральные авторитарные.

Распространенным в политической науке является разделение элит на открытые и закрытые. К открытому типу относятся элиты, которые имеют высокую горизонтальную и вертикальную мобильность, способность пополняться за счет выходцев из различных слоев населения. В закрытых элитах пополнения рядов происходит медленно, доступ к ним заформализован и затруднен.

Наконец, по собственной иерархии различаются высшие, средние и низшие элиты. К первым относятся лица, занимающие высокие посты в правительстве, парламенте, партиях, группах давления. Средняя элита – это депутаты, должностные лица региональных органов, бизнесмены, которые влияют на политический процесс. В низшую элиту входят административный аппарат государственных органов, руководители невлиятельных партий и т. д..

Относительно указанных отличий украинский политический истеблишмент не является исключением, хотя имеет определенные особенности формирования и развития, как и в других странах, которые получили независимость после распада СССР.

Ряд украинских политологов, в частности Д.Выдрин, Д.Табачник, считает, что при получении суверенитета Украина вообще не имела политической элиты, а тот конгломерат из бывших партийных функционеров и политических диссидентов можно считать разве что предэлитой [2, с. 18].

Политическая элита Украины, которая формировалась за «номенклатурным принципом», рекрутировалась из трех источников:

1. как следствие отбора и расстановки кадров правящей до 1991 года КПСС;

2. как следствие активного или пассивного сопротивления авторитарному правлению;

3. как результат вхождения в политику новых групп и общественных деятелей, не связанных с социалистическим режимом или сопротивлением ему.

И.Мигович, отмечая неоднородность и пестроту украинской правящей верхушки, выделяет такие элитные группировки: бывшие партийные, государственные, хозяйственные руководители; выходцы из научных, литературных, художественных кругов и интеллигенции, бывшие политзаключенные; предприниматели, банкиры; карьеристы-демагоги [3, с.17, 19-20].

Исследования, проведенные в начале XXI века, дали такой расклад: представители всех органов власти составляли примерно половину элитной среды, представители бизнес-кругов – десять процентов, ученые и представители масс-медиа – четверть от всего количества элиты [4, с. 74-75].

За последнее десятилетие значительно усилилась и увеличилась группа, представляющая крупный капитал. Крупные корпорации получили контроль над национальными СМИ. Одновременно идет подготовка значительного количества политиков, управленческой элиты, которые готовы за вознаграждение работать на эти корпорации.

А.Ревтов отмечает, что в составе Верховной Рады первого созыва (1991-1994 гг.) не было ни одного представителя крупного бизнеса. В 1998-2002 гг. в ней насчитывается сто десять депутатов – долларовых миллионеров, в 2006 году – соответственно такими были более трехсот депутатов. В украинском парламенте практически не осталось представителей интеллигенции, науки, медицины, аграриев [5.].

Сочетание власти и собственности способствует расцвету различных форм «аппаратного» предпринимательства, когда политики, пользуясь своим положением, начинают непосредственно заниматься бизнесом.

Исследователи отмечают, что с конца 90-х годов прошлого века проявляется тенденция к обособленности украинской политической элиты от общества, что отражается на степени ее легитимности, лояльного отношения к ней. Реакция на такую элиту в Украине: 7% доверия к институту президентства, 8% – парламенту. По результатам социологических исследований Центра Разумкова, доверие к партиям – 2.6% [4, с. 10, 60].

Особый характер имеют и отношения между центральной и региональными элитами. В Украине есть четыре политические группы, имеющие ярко выраженный региональный характер – Киев, Донецк, Львов, Днепрпетровск. Каждая из этих элит имеет четкую пирамидальную структуру, узлом которой является не только географический фактор, но и собственный конкретный ресурс.

У донецкой элиты – мощный энергетический потенциал региона. Днепрпетровская элитарная пирамида как ресурс имеет определенную кадровую мифологию, возникла еще во времена СССР и несет в себе резонансную доминанту – понятие «руководства». Киевская элита демонстрирует «столичность» как

принадлежность к наиболее важным финансовым и кадровым процессам. Львовская элита базируется на совокупности психосоциальных понятий, которые выполняют функцию национальной идеи.

Региональная элита в большинстве случаев находится в оппозиции к центральной, а в пределах центральной и между самими региональными элитами идет постоянная борьба за монопольное господство на политической арене. Конфликты идут между различными сегментами экономической элиты, каждая из них пытается использовать политическую власть для ослабления конкурентов.

Если в этом ракурсе сослаться на оценки В.Парето по круговороту элит и распределения их на «львов» и «лис», то в современной Украине доминирует второй тип, который является мастером ведения политики путем манипуляций и хитрости. Можно считать это естественным, поскольку нестабильность политических отношений требует элиты прагматической, способной достичь максимума выгоды.

По идеологической принадлежности в элитарной среде четко прослеживаются три основных направления: либерально-центристский, националистический и левый. Доминирование первых двух зависит от настроений электората, который позволяет им прийти к власти.

Таким образом, можно констатировать: и в формировании и развитии современной украинской элиты преобладают негативные тенденции.

Представители элиты в своем большинстве не являются внеклассовой социальной группой, которая выражала интересы общества в целом. Происходят процессы олигархизации и бюрократизации элиты, которая осуществляет руководство обществом во имя поддержания социальной системы, которая ставит крупный капитал в привилегированное положение.

С учетом этого уменьшается уровень доверия, легитимности властных структур со стороны населения.

Не способствуют стабилизации общества непримиримые отношения между основными идеологическими направлениями, которые представляет элита разных регионов и социальных групп. Также не способствуют сплоченности общества сложные отношения между властной и оппозиционными группировками элиты. С конца 90-х годов проявляется тенденция к обособлению отечественной элиты от общества, что усиливает ее закрытый характер.

В последнее время можно отметить и определенные сдвиги, которые дают надежду на позитивизацию процесса формирования политической элиты Украины. Речь идет в частности об определенном омоложении элитного состава, появлении новых лидеров, политических объединений, которые предлагают альтернативные пути развития государства.

Понятно, что улучшение качественного состава элиты зависит от экономического роста, стабилизации и структурирования социального состава населения, дальнейшей демократизации общественных отношений. Это должно усилить процесс рекрутирования в элиту выходцев из среднего класса,

представителей гуманитарного корпуса. Это в свою очередь даст возможность вернуть открытость элиты, повысить ее политическую культуру.

Относительно последнего следует вспомнить высказывание Платона, который предостерегал, что ни для государства, ни для граждан не будет конца несчастьям, пока обладателем государства не станет племя философов.

Таким образом, элитарность современного общества является достаточно доказанным фактом. Для демократического государства первостепенное значение имеет не борьба с элитарностью, а формирование наиболее результативной, полезной для общества элиты. Необходимо обеспечить её своевременное качественное обновление, минимизировать тенденции олигархизации, не допустить превращения её в закрытую привилегированную касту.

В основу должны быть положены следующие принципы:

- бизнес и власть должны быть разделены;
- во власти должны работать честные профессионалы, независимые от их принадлежности к каким-либо политическим силам;
- во власти постоянно должны появляться новые лица;
- должен быть баланс между властью и оппозицией в решении важнейших политических проблем.

Литература:

1. Бердяев Н.А.. Философия неравенства. – М., 1990.
2. Выдрин Д., Табачник Д. Украина на пороге XXI века: политический прогноз. – К., 1995.
3. Віче. – 1995. – № 8.
4. Роль элит в трансформационном обществе – К., 2003.
5. А. Ревтов. Политическая элита Украины // Блог А.Ревтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.liga.net/user/revtov/article/4826.aspx>

Н.В. Пархоменко

УКРАИНСКАЯ ВНЕШНЯЯ ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Международная миграция рабочей силы является одним из объективных оснований становления целостной системы мирового хозяйства. В то же время свободная миграция является проблемой для правительства, как в политическом, так и в социально-экономическом аспектах. Нестабильность экономической и политической ситуаций в стране, стремительное повышение уровня безработицы, а также этнические, религиозные суеверия и прямая экономическая угроза интересам

отдельных групп, которые боятся конкуренции со стороны мигрантов, делают эту проблему актуальной.

Огромное влияние на экономические, социальные процессы, стремительный рост объемов миграции в Украине обуславливает важность исследования миграционных процессов.

Основным фактором, обуславливающим значительные масштабы трудовой миграции украинцев за границу, является экономическая ситуация в стране. Даже рост темпов экономического развития и уровня жизни населения в Украине в последние годы не имеют существенного влияния на снижение миграционной активности украинских граждан. Из-за экономической нестабильности, необеспеченности рабочими местами, отсутствия условий применения своих интеллектуальных, творческих способностей, маленькой реальной заработной платы и постоянной напряженной политической и экономической ситуации в стране каждый год уезжает более чем 900 тыс. чел.

По оценкам Всемирного банка, рынок труда Украины является депрессивным, исходя, прежде всего, из структуры занятости (больше всего занятых в сельскохозяйственном производстве, обрабатывающей промышленности и самозанятого населения), уровня заработной платы, низкой мобильности и низкой мотивации к занятости, высокой длительности и застойного характера безработицы, высокого удельного веса длительных безработных (30 %).

Существуют не только экономические причины миграционных процессов, а также причины гуманитарного, культурного, экологического, психологического, правового порядка, которые будут усиливаться по мере выравнивания уровней социально-экономического развития стран.

Специфическим признаком трудовой миграции сегодня является то, что она начинает приобретать характер «необратимости». Если в 90-х годах XX ст. большинство граждан Украины, выезжающих за границу на заработки, воспринимали это как временное явление и надеялись, что как только экономическая ситуация в стране улучшится, они вернуться, то теперь значительная часть тех, кто выехал тогда на работу, не спешит возвращаться.

Рост масштабов миграции украинских граждан обуславливает большие потери рабочей силы, которые могут иметь в будущем серьезные негативные последствия для экономического развития Украины.

Внешняя трудовая миграция имеет не только отрицательные, но и положительные последствия. Трудовая миграция является фактором, снижающим давление безработицы на внутренний рынок труда и уменьшающим уровень социального напряжения в обществе. Для граждан Украины, имеющих высокий уровень квалификации, возможность трудоустройства за границей является шансом обеспечить более широкие возможности профессиональной самореализации и достичь более высокого уровня материального достатка. Также позитивом является то, что определенная часть украинцев смогла заработать себе начальный капитал за границей и начать собственный бизнес в Украине.

Таким образом, миграция рабочей силы имеет большое влияние как на развитие экономики страны в частности, так и на мировые процессы в целом. Предпосылками этого процесса являются социальные, экономические, политические факторы. Миграция населения имеет как положительные, так и отрицательные последствия. Для повышения уровня контроля над миграционными процессами формирование государственной миграционной политики должно строиться на принципах комплексности и системности, противодействия нелегальной миграции; обеспечении социальной защиты временных мигрантов; формировании эффективного механизма регулирования миграционных процессов. Государство обязано заинтересовать население в проживании на территории Украины – повысить уровень жизни, увеличить количество новых рабочих мест, стабилизировать экономику, наладить политическую ситуацию в стране.

А.Г. Сидорова, М.В. Гундарин, Т.С. Красникова

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИИ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ С НАСЕЛЕНИЕМ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

Барнаул, Алтайский государственный университет

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ,
проект №12-13-22004 а(р)

Алтайский край – дотационный регион, характеризующийся ростом социальной напряженности (низкий уровень доходов населения по сравнению с другими регионами Сибирского федерального округа, снижение численности населения за счет возрастания уровня смертности (естественной убыли) и миграции из края в другие регионы [1], высокий уровень протестных настроений жителей края [2]).

Одной из причин социальной нестабильности является недоверие к органам исполнительной власти, чему во многом способствует их информационная «закрытость». Недостаточная плотность сетей взаимодействия и структур гражданского общества в рамках политической системы не позволяет региональным органам власти наращивать свой «социальный капитал», приводит к бытованию в народном сознании мифов об изолированности бюрократических структур, неумении решать насущные проблемы жителей региона.

Для повышения эффективности работы органов исполнительной власти и местного самоуправления и качества государственных услуг Правительством РФ инициирована административная реформа органов государственной службы, в рамках которой создаются региональные программы по модернизации системы

информационного взаимодействия органов власти с населением. На решение указанных проблем направлена и реализация Федеральной целевой программы «Электронная Россия», а также аналогичных региональных программ. 1 января 2010 года вступил в силу Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления». В Алтайском крае утверждена ведомственная целевая программа «Информационное обеспечение деятельности органов государственной власти Алтайского края по социально-экономическому развитию Алтайского края» на 2012 – 2014 годы, целью которой является реализация права граждан на получение полной и объективной информации экономической и социальной тематики с учетом актуальных потребностей гражданского общества.

В связи с этим официальные сайты государственных органов становятся одним из основных источников информации, следовательно, анализ их информационного содержания и выработка модели эффективности подобных сайтов приобретают большое значение. Как отмечают эксперты, «официальный сайт органа исполнительной власти – это не просто атрибут современной политики, а наиболее эффективное средство распространения официальной информации о деятельности государственной власти. По содержанию официальных сайтов можно судить об уровне открытости и закрытости каждого органа власти и государства в целом, прозрачности управленческих решений и процедур» [3].

Проект отделения связей с общественностью Алтайского государственного университета «Оценка эффективности коммуникации органов государственной власти Алтайского края с населением: стратегии и технологии» направлен на исследование информационного пространства региона на примере анализа официальных сайтов органов власти с точки зрения их открытости и других коммуникативных параметров, позволяющих органам власти налаживать полноценный диалог и взаимодействие с населением региона, наращивать социальный капитал, быть гарантом социальной стабильности. Научный проект реализуется в 2012-2013 гг.

Конкретная задача заключается в выявлении наиболее эффективных коммуникативных стратегий и технологий взаимодействия органов государственной власти Алтайского края с населением, используемых на официальных сайтах, создании на базе этого исследования модели эффективного сайта органа государственной власти для практического обучения редакторов подобных сайтов, а также подготовке аналитического отчета по результатам проведенного исследования.

Цель проводимого исследования – анализ информационной открытости и предоставления коммуникационных услуг органов государственной власти Алтайского края на основе изучения деятельности информационных сайтов органов государственной власти для выявления наиболее эффективных коммуникативных стратегий и технологий взаимодействия органов власти с населением.

Задачи исследования в рамках проекта:

- разработать и верифицировать модель анализа электронных ресурсов на основе социолингвистического, психолингвистического, коммуникативно-дискурсивного подходов для выявления наиболее эффективных коммуникативных стратегий и технологий;

- на основании эмпирического исследования изучить типологические характеристики основных информационных сайтов органов государственной власти Алтайского края; выявить разные типы сайтов, функционирующих в информационном пространстве региона;

- оценить сайты органов государственной власти региона на соответствие федеральным законам, регламентирующим порядок размещения в Интернете информации об органах власти;

- провести анкетирование, углубленное интервьюирование целевых аудиторий для выявления коммуникационных потребностей посетителей сайтов органов власти региона;

- провести сопоставительный анализ ответов и вопросов (спроса и предложения) в информационном пространстве органов власти Алтайского края;

- построить типологическую модель информационного пространства органов власти Алтайского края и дать прогноз дальнейшего развития;

- провести научно-практический семинар "Эффективные модели взаимодействия органов государственной власти и населения в Интернете" для редакторов сайтов органов власти по результатам научно-исследовательской работы в рамках проекта.

В проектном исследовании, носящем комплексный характер, необходимо сочетать различные методы социальных наук. Решение поставленных задач будет осуществляться с использованием системного подхода в подборе материала, а также следующих методов анализа:

- мониторинг и анализ сайтов региональных и муниципальных органов власти Алтайского края (сплошная выборка), в том числе:

- социопсихолингвистический анализ (психолингвистический анализ доминантных сценариев, дифференциация в социально-групповом и стилистическом отношении сообщений массовой коммуникации; языковые аспекты персонификации; речевое обеспечение диалогичности массовой коммуникации, учет «стандартов канала», прежде всего в плане таких языковых характеристик текста, которые не вызывали бы затруднений или нежелательных эффектов при его восприятии; характеристика способов и языковых средств речевого воздействия; оценка этико-речевых особенностей коммуникации);

- коммуникативно-дискурсивный анализ (исследование фонетических, графических, морфологических, синтаксических, микро- и макросемантических, стилистических, гиперструктурных, риторических, прагматических, интеракционистских структур и стратегий, анализ коммуникативных технологий взаимодействия, коммуникативной эффективности, образа целевой аудитории и адресата, показателя персонализации сайта, интерактивности),

- композиционно-графический анализ (анализ дизайна и юзабилити сайтов, статистики посещаемости сайтов, анализ контента сайтов и качества верстки текстов, анализ структуры и навигации сайтов; анализ обратной связи, поисковой аудит (исследование текущего положения сайтов в поисковых системах), выявление ключевых показателей их эффективности),
- опрос представителей органов власти Алтайского края по стандартизированной анкете,
- опрос и углубленное интервьюирование посетителей сайтов по стандартизированной электронной анкете,
- фокус-группы, сформированные на основе параметров целевой аудитории сайтов.

Проблематика проекта находится на стыке нескольких научных дисциплин. Прежде всего, это социология управления (ее коммуникационный аспект). Затем – коммуникативистика (в ее прагматическом аспекте, предполагающем исследование коммуникационно-управленческой деятельности социальных субъектов; данный аспект рядом исследователей принято выделять в отдельную дисциплину — коммуникационный менеджмент). Отдельные аспекты проблемы открытости власти рассматривались в трудах по совершенствованию государственной службы [4]. Существуют работы по изучению отдельных аспектов прозрачности власти: открытости власти, доступа к информации и ограничения доступа [5]. Проблематика взаимоотношений органов власти с населением затрагивается и в политологии. Все эти дисциплины достаточно молоды, их категориальный аппарат (особенно на русском языке) все еще находится в стадии становления, опыт эмпирических исследований отечественной практики функционирования органов власти и их взаимоотношений с населением весьма скуден.

Среди работ по коммуникационному менеджменту все еще остается актуальной одноименная работа А.А.Зверинцева, вышедшая в 1997 г. Коммуникационному менеджменту также посвящены работы В.Е. Ревы, А.В.Орлова, Т.Ю. Анопченко, Г.А.Болошина, М.А. Чернышева, М.Г.Федотовой, Ф.И.Шаркова, В.С.Комаровского и др. В них так или иначе затрагивается проблематика оптимизации работы субъектов управления с населением. Однако заявляемый в проекте аспект специально в данных работах не рассматривался.

Отдельным исследовательским направлением в настоящее время является деятельность по составлению рейтингов информационной открытости. Существует два подхода, которые используются для оценки открытости органов государственной власти: нормативный и сравнительный. Первый путь – это сравнение с нормативом (прежде всего, требованиями федерального законодательства и законодательства субъектов РФ относительно обязательности официального опубликования правовых актов органов государственной власти и органов местного самоуправления, иной официальной информации), второй вариант – сравнительная оценка, т.е. сравнение информационной открытости администрации одного региона с другими регионами.

Федеральный мониторинг открытости органов государственной власти проводится ежегодно. К этому привлекаются различные организации (Институт развития свободы информации, Институт независимых политических исследований, МОО «Информация для всех», РИА Новости, WWF и ряд других) и отдельные научно-исследовательские коллективы [6]. В большей степени распространен нормативный подход к исследованию информационной открытости. Например, ежегодный рейтинг информационной открытости сайтов государственных органов исполнительной и законодательной власти субъектов Российской Федерации, составляемый Институтом развития свободы информации, основан на проверке соответствия информации, размещенной на сайтах администраций регионов, федеральному закону №83.

Научная новизна и значимость исследования «Оценка эффективности коммуникации органов государственной власти Алтайского края с населением: стратегии и технологии» заключается в разработке методологии изучения информационной открытости официальных сайтов государственных органов власти на основе данных социологии, лингвистики и коммуникативистики. В проекте будут учтены существующие методики оценки информационной открытости органов государственной власти, а также принципы построения рейтингов в этой сфере. Так как существующие модели оценки, в основном, построены по нормативному принципу (оценке с точки зрения соответствия федеральным нормативным актам, регламентирующим содержание сайта органа власти), представляется важным изучить особенности коммуникативного взаимодействия с учетом информационной политики для определенной целевой аудитории сайта органа власти, включив в модель социолингвистические, психолингвистические и коммуникативные параметры оценки эффективности коммуникации. Именно это определяет новизну поставленной задачи. Данная методология оценки разрабатывается как универсальная и может применяться не только на уровне Алтайского края и Сибирского федерального округа, но и для корректировки контента официальных сайтов органов государственной власти в других регионах Российской Федерации. По итогам проведенного нами мониторинга и оценки сайтов будет качественно переработана, модифицирована и улучшена (скорректирована) та методика оценки сайтов государственных органов власти, которая используется на федеральном уровне.

Примечания:

1. По данным Алтайкрайстата.
2. По данным опросов Фонда «Общественное мнение».
3. Рейтинг информационной открытости государственных органов власти России в 2009 году // Центр гуманитарных технологий: экспертно-аналитический портал: [Электронный ресурс]. 19.02.2010. URL: <http://gtmarket.ru/news/state/2010/02/19/2524> (дата обращения: 1.10.2012).
4. Повышение качества государственных услуг: опыт Великобритании // Проблемы теории и практики управления. - 2000. - № 3; Государственное управление и государственная служба за рубежом. - СПб., 1998; Мэннинг Н., Парисон Н. Реформа государственного управления: международный опыт / Пер. с англ. - М., 2003; Балашова Е.М. Оценка эффективности

- электронного правительства // Вопросы государственного и муниципального управления. - 2011. - №2 и др.
5. Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и власть. Екатеринбург, 2002; Засурский Я.Н. Человеческое измерение информационного общества // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. - 2004. - № 3; Нисневич Ю.А. Информация и власть. - М., 2000; Попов В.Д. Информациология и информационная политика.- М.,2003; Тимофеева Л.Н. Власть и оппозиция: взаимодействие и взаимоограничение, взаимоконтроль коммуникации. - М., 2004; Развитие коммуникативной компетентности государственных служащих в работе со средствами массовой информации. - М., 2002.
 6. Аксенова О.А., Никифорова В.М. Реализация итогов мониторинга сайтов государственных органов // Вопросы государственного и муниципального управления. - 2011. - №4; Голубева А.А., Меркурьева И.С., Шулаков Н.А. Оценка веб-сайтов органов исполнительной власти Санкт-Петербурга // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия "Менеджмент". - 2005. - №1; Гасумова С. Мониторинг соответствия интернет-ресурсов органов местного самоуправления законодательству РФ (на примере Пермского края) // Власть.- 2012. - №1; Метелева Е.Р. Разработка решений по повышению коммуникационной доступности городов-центров регионов Сибирского федерального округа // Вестник Томского государственного университета. - 2008. - № 313; Шевердяев С.Н. Методика оценки сайтов российских органов власти: Препринт WP8/2007/02. — М.: ГУ ВШЭ, 2007.

С.С. Скорнякова

ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В РОССИИ НАКАНУНЕ ВЫБОРОВ: ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Мощнейшим фактором формирования политических предпочтений накануне выборов являются политические коммуникации. Они закрепляют в общественном мнении определенные имиджи партий и их лидеров. Политическая реклама особое внимание уделяет женскому электорату, т.к. женщины составляют не только большинство населения, но и большинство избирателей.

Однако по численности женщин среди парламентов мира у нашей страны лишь 110-е место. Под громкие разговоры о демократии процесс в сфере гендерного равноправия в политике идет в обратную сторону. Динамика присутствия женщин депутатов выглядит как ломанная кривая: в составе первого созыва (1993г.) женщин было 13,6%, второго созыва (1995 г.) – 10%, третьего (1999 г.) – 7,7%, четвертого (2003) – 10%, пятого (2007) – 14%, шестого (2011) – 13,3%.

Интерес к женщинам просыпается во время избирательных кампаний, когда реальные политические борются за голоса женщин, манипулируют активностью женских организаций, спекулируя на нерешенных проблемах. При этом женщины не

рассматриваются как равноправные партнеры в выборе и принятии решений, а лишь как часть электората, способного привести политиков-мужчин к вершинам власти.

Яркий пример этому – выступления Д.Медведева и В.Путина перед думскими выборами 4 декабря 2011 года.

Выступая на встрече со своими сторонниками в октябре 2011г. Д.А.Медведев отметил, что Россия имеет славу отсталой страны в вопросе участия женщин в политической власти. «Большинство государств даже с совсем другим устройством, религиозными и историческими традициями, которые выглядят менее цивилизованными, чем Россия, давно используют труд женщин на управленческих местах, а мы боимся», сказал Медведев.

В.Путин также за увеличение представительства женщин в структурах власти, но считает, что вопросы гендерного равенства в России нельзя решить административным путем, т. е. не путем квотирования. Выступая на предвыборном съезде партии «Единая Россия» он отметил «Если ввести такие квоты то кто-то скажет, что во власти будет сегрегация женщин. И туда будут тогда попадать, может быть, не самые лучшие».

Перед президентскими выборами опять реверанс в пользу женского электората Кандидат в президенты В.Путин заявил, что в будущем президентом страны может стать женщина. «Я не только этого не исключаю, но и буду поддерживать». – заявил В.Путин. Почему женщины нужны во власти? Ответ прост – «Когда мужики собираются и есть женщина, то по матушке уже как-то неудобно пройтись, присутствие женщины сдерживает», - заключил Путин.

Конечно, было бы профанацией утверждать, что женщина на политическом посту – сам по себе факт, гарантирующий соблюдение интересов всех женщин. Речь идет о другом: в обществе всегда существуют интересы женского и мужского населения, и иногда они различаются довольно существенно. Явления, происходящие в обществе, по-разному влияют на женщин и мужчин, вызывая неодинаковые их решения.

По последним опросам, 56% наших сограждан считают, что женщина должна идти в большую политику Важно, чтобы политический PR перед выборами, когда борются за голоса женского электорат, стал в конце концов реальностью современной политической жизни России.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ВОЕННОГО И ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

*Киев, Военный институт Киевского национального университета имени Тараса
Шевченко*

Значение информации и информатизации процессов государственного управления в военной сфере с каждым днем увеличивается. В современных условиях информация является фактором, способствующим развитию новых знаний, форм, методов, технологий разработки, принятия и реализации управленческих решений в военной сфере. Организация и функционирование государственного управления, разработка, принятие и реализация решений тесно связаны с формированием и использованием информации. Эта связь имеет познавательное и юридическое значение для информационного обеспечения как управления в целом, так и в управлении деятельностью при решении военных вопросов. Органы военного и государственного управления должны обладать оперативной информацией, так как недостаточная работа с информацией снижает эффективность этого процесса и приводит к увеличению вероятности принятия ошибочных управленческих решений.

Информацию следует рассматривать как средство и результат управленческой деятельности, возникшую на различных стадиях процесса управления. А информационная функция органов военного и государственного управления является вспомогательной, второстепенной по таким основным ее функциям как организационно-исполнительная, контрольная и регулятивно-управленческая.

Руководствуясь объемом своей компетенции, органы военного управления осуществляют информационное обеспечение пользователей по вопросам прав, свобод, обязанностей граждан и их безопасности. Для эффективного осуществления данных функций в структуре органов военного управления должны создаваться информационно-справочные структурные подразделения, разрабатываться и применяться правила формирования и использования информации.

Итак, к направлениям, которые повышают эффективность информационного обеспечения органов военного и государственного управления можно отнести следующие мероприятия:

- учет особенностей организации управленческих процессов;
- единство и согласованность объективных и субъективных подходов в работе управленческо-информационной системы государственных органов;
- комплексный подход к анализу и проведению управленческо-информационной работы;
- учет прямых и косвенных юридических последствий, внедрения системы информационного обеспечения органов военного и государственного управления и некоторые другие.

Реализация информационной деятельности должна осуществляться на научно обоснованных принципах, обусловленных общими принципами государственного военного управления: законности, демократизма, ответственности и приоритетности прав граждан, объективности, гласности и т.д.

Таким образом, реализация процесса управления должна соответствовать процессу перехода Украины к информационному обществу. Главными факторами в решении этой проблемы выступают гражданское общество и государство. Демократия – это, в первую очередь, возможность граждан влиять на принятие важнейших государственных решений, контролировать органы государственной власти на всех уровнях, обеспечить соблюдение закона, защищающего права и свободы личности. Однако, в таком сложном организме, каким является современное общество, без информационных технологий просто невозможно наладить эффективное взаимодействие между многочисленными властными структурами, нельзя должным образом повысить эффективность и качество принятия решения, снизить вероятность управленческой ошибки.

КОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Н.А. Соколова

МАНИПУЛЯЦИЯ КАК КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

В современном западном обществе доминирующими оказываются экономические интересы, в силу чего появляется соблазн перенесения стиля поведения, норм, идеалов, принятых в рамках экономической сферы, на все остальные сферы жизнедеятельности людей. Стремление к собственной выгоде,

успеху, высокой конкурентоспособности становятся наиболее приоритетными по сравнению с другими ценностями. Соответственно, одной из основных коммуникационных стратегий выступает манипуляция.

Манипуляция – это такой тип взаимоотношений между людьми, целью которого является оказание воздействия на одну из сторон. Человек или группа людей, на которых направлено данное воздействие, воспринимается лишь в качестве объекта, лишённого собственной воли, желаний, интересов. Манипулятор отвергает субъект-субъектные отношения, воспринимая людей исключительно как средства для достижения собственных целей.

Разумеется, манипуляция родилась не в современную эпоху, она появилась в момент возникновения человечества, но по мере его развития она становится всё более сознательной. В рамках современной науки происходит выработка особых технологий манипулирования, владение которыми позволяет управлять не только действиями, но и помыслами, и потребностями огромного количества людей. Последнее входит в противоречие с провозглашаемым идеалом гуманизма, предполагающим взгляд на человека как на цель. Кроме того, в процессе манипуляции и манипулятор, и объекты его воздействия постепенно начинают отчуждаться от подлинно человеческой сущности: «объекты воздействия», очевидно, в силу уменьшения их внутренней независимости, свободы, а манипулятор (если он удачлив в своей деятельности) со временем оказывается словно окруженным манекенами, послушными роботами и, будучи лишённым живого общения, сам перестаёт чувствовать себя живым.

Виды манипулятивного взаимодействия в современном обществе.

1. *Манипуляции в семье.* Техники пассивных и активных манипуляций, применяемые ребенком и родителями. Неизбежность манипулирования родителями младенцем. Отношения в семье между мужем и женой, старшими и младшими, сиблингами. Овладение ребенком манипулятивными стратегиями благодаря родительскому примеру.

2. *Манипуляции в системе образования.* Субъект-объектное отношение, не учитывающее индивидуальные особенности каждого ребенка. «Натаскивание» перед тестированием. Оценивание личности ученика, а не его знаний, умений, навыков. «Приклеивание ярлыков». Рейтинговая система оценки деятельности учителя (показатели: количество учеников в классе, число положительных оценок и наград в различных Олимпиадах), от которой напрямую зависит зарплата.

3. *Манипуляции в политике.* Провокации. Сознательное утаивание или искажение информации. Манипуляции на выборах. Нечестные техники ведения предвыборных дебатов. Способы формирования общественного мнения. Привлечение звезд шоу-бизнеса к высказываниям о политике. Talk-show, создающие эффект присутствия. Социологические опросы, по результатам которых составляются заведомо невыполнимые политические программы.

4. *Манипуляции в экономике.* Реклама, порождающая новые потребности, искажающая или дающая неполную информацию о рекламируемом продукте.

Создание системы стимуляции потребления (кредитная система, скидки, акции, распродажи, создание торгово-развлекательных комплексов и проч.). Стратегия crisis management. Уловки на переговорах (подобные политическим манипуляциям во время предвыборных кампаний).

Что может быть противопоставлено манипуляции? Субъект-субъектное взаимодействие, учитывающее интересы обеих сторон, направленное на взаимное обогащение, развитие. В семье – техника активного слушания; в образовании – живое общение между учителем и учеником, учитывающее индивидуальные особенности последнего; в политике – подлинно демократический строй, при котором власть имущие являются выразителями мнения большинства и действуют во благо всех граждан. В сфере экономики труднее всего избавиться от манипуляции. Вариант «честной торговли» окажется возможным в том случае, если будет перестроена вся система ценностей и на первое место в ней выйдут ценности бескорыстия, честности, порядочности.

Д.В. Лукьянов

АГРЕССИЯ БЕЗОПАСНОСТИ

Москва, РГГУ

Существующая неоднозначность в понимании природы такого «совокупного концепта» (Й. Шапиро) как безопасность сегодня достаточно очевидна тем из исследователей, которые характеризуют состояние современного социума как «кризисное», «хаотичное», «ускользающее» [1]. Для данного направления исследований рациональные критерии изучения сегодняшнего социально-политического и культурного порядка видятся не вполне адекватными, поскольку социальная система в целом на повестку дня оказывается в своей основе деструктурированной, не определенной и не стабильной. Данный анализ представлен сегодня корпусом достаточно обширной литературы, в которой заметно, прежде всего, настороженное отношение ученых к появлению новых, ранее не известных (и часто «негативных») атрибуций и размерностей современного социума.

В социально-философской литературе диагноз нашему времени ставится достаточно емко и неумолимо: в анамнезе современный мир – это и «общество риска» (У. Бек, П. Бернштейн), и «общество спектакля» (Ги Дебор, И. Гофман), «общество потребления» (Ж. Бодрийяр), «прозрачное общество» (Дж. Ваттимо) и общество «новой непрозрачности» (Ю. Хабермас), общество победившей коммуникации (К.-О. Апель, Н. Луман), и т.п. Практика номинации в поиске новых означающих учеными для выработки принципиально иной (возможно, «пост-пост-модернистской») социальной онтологии говорит, по крайней мере, о том, что

радикальным сдвигам и изменениям подвержены уже и сами основания и структуры актуального мышления и познания.

Легитимизированные социальные дискурсы (следуя Ю.Хабермасу - это наука, мораль и искусство) не устраивают ученых как ритуализированная практика авторитарной «репрессивности» институциональной рациональности Модерна. Возможность упорядочивания социальной реальности как процедура толкования наличных смыслов в разрозненных моментах прежде единого бытия сталкивается сегодня, в первую очередь, с тем, что онтология становления в социальном познании сменилась качественно и мировоззренчески на приоритет отношения к наличному как процедурной рациональности, процессуальности, поиску смыслов, рассеянных в повседневной коммуникации «жизненного мира». Изменились и базовые модернистские формы представления истины в познавательных практиках современности, метанарративы освобождающих человечество рассказов (Ж.Ф. Лиотар) испытали воздействие т.н. «перформативного поворота», когда тотальность и «транскрипция» понимания истины вытесняется ее авторской тональностью и демонстрацией в языке индивидуализированного сознания отдельных мыслителей. Во многом поэтому, на наш взгляд, гетерогенность современных социальных наук и различия в стратегиях социального конструирования «подлинной реальности» смысла происходящего объясняются тем, что они по-разному обозначают общую устремленность ученых к поиску оснований для понимания и выработки необходимой и адекватной «теории настоящего».

Сегодня исследователи отмечают преимущественное доминирование «культуралистских» идей и подходов к безопасности [2] в среде социально-гуманитарного знания, тематизирующих актуальное изучение феноменологии «кризисного» социума. Глубокая укорененность в культуре базовых категорий, с помощью которых структурируется и воспринимается мир, на основе которых получило достаточное обоснование само существование и развитие человеческого мышления - давно уже стало интеллектуальным трюизмом культурологического масштаба, с которым, тем не менее, исходно приходится считаться современному исследователю [3]. Поэтому большинство актуальных проблем современности, от рассмотрения противоречивой проблематики «конца истории» и сложностей перехода «общества терпимости и конфронтации» к принятию ценностей «культуры толерантности», до дискуссий относительно предстоящей перспективы «столкновения цивилизаций» и сути происходящих социальных и политических конфликтов – интерпретируется чаще всего, хотя и не всегда корректно, в категориях культуры и с учетом разнообразия существования соответствующих контекстов [4].

О «культуре безопасности» размышляют как о генерализированном коде цивилизации и системном принципе существования современных социальных систем [5]. Ретроспективная панорама возникновения и развития взглядов на безопасность показывает, что в качестве «культурного концепта» [6] она присутствует уже на ранних стадиях развития «осевого времени», активно рефлексивируется в поле политики и становится нормативной в эпоху Просвещения, наконец, приобретает

качество базовой атрибуции современного мира, не утратив в своей основе исходную интенцию – институциональный порядок существования человечества перед лицом возникающих глобальных рисков.

В сегодняшних условиях сравнительное измерение и изучение безопасности предполагает изначальное понимание того, что выбранная исследовательская стратегия в дальнейшем должна будет непременно опираться на выявление специфики и особенностей бытования данного феномена в контексте существования различных культур, широко представленных в единстве макро- («глобализация») и микродинамики («регионализация») многообразных форм изменения современного мира. Проблематика «культуры безопасности» тематизируется, таким образом, в широких контекстах социальных, политических, индивидуально-групповых, личностных и т.п. практик и стратегий, аспекты рассмотрения которой очевидно следует со всей определенностью исследовать, акцентируя, с одной стороны, то, насколько четко они структурированы в институциональном порядке современного социума и представлены в его символическом универсуме, прежде всего – языке [7]. С другой стороны, внимание исследователей обращено к изучению существующих паттернов безопасности, которые представлены и седиментированы в разрозненных социальных образцах с устойчивыми структурами ее понимания, и манифестированы определенного рода «культурами» с их специфической рефлексией относительно представлений о наличествующей социальной действительности.

Между тем, предметная сфера, имманентная «культуроцентристскому» анализу и изучению основ безопасности в социально-философском, политико-юридическом и прочих дискурсах выступает и рассматривается в когнитивном репертуаре социально-гуманитарного познания и как определенный тип парадоксальной коммуникации. Безопасность мыслится как своего рода парадоксальность существования и функционирования социальных систем, покоящаяся на (не)доверии, а последнее оказывается медиумом смысла существования современного общества, которое проявляет себя через парадокс управляющих им социальных коммуникаций [8].

Сегодня мы сталкиваемся с тем, что, откровенно экспансионистские притязания на мировое господство и доступ к власти не редко трактуются как «конфликты культур», нивелируя социально-экономические, политические и этнонациональные противоречия до анализа «надстроечных» явлений в жизни общества. Только на первый взгляд выглядит парадоксальным, скорее – показательными и более реалистичным, что на фоне априорного признания важности поддержания и воспроизводства ценностей «культуры мира» в современном мире, социальные мыслители все чаще обращаются к обсуждению иной составляющей данной проблемы – существованию и продвижению в нем «ценностей» и императивов «культуры войны» [9].

Феноменологию доверия относительно существования универсальной инстанции производства смысла и понимания культуры безопасности в современном мире можно без преувеличения обозначить вполне лаконично: она находится *под подозрением* [10].

Вполне закономерно и диалектично, что обыденный и интеллектуальный дискурс безопасности выстраивается на апофатических и предикативных началах: чем не является и, что не есть безопасность? Закономерен ответ, что, в первую очередь - опасность, угроза, страх и риски, но исходящие откуда? Диалектика негативного, проявляющаяся в различении опасного и безопасного, здесь опережает позитивную метапозицию в том, что «враги», «чужие» и «другие» – оказываются ближайшими и *необходимыми* составляющими, которые *необходимо* же выступают как объекты или субъекты продвижения к «ощущению» неопасности, удаляясь от конфронтационности, достигая терпимости и двигаясь к «горизонту ожидания» толерантности [11].

Негация «иного» приводит к парадоксальной идеологеме XX века, доставшейся нам в наследство сегодня: «Враг, Чужой, Другой - последовательные ступени (стадии, формы) исторического вызревания субъекта, адекватного или органичного культуре толерантности» [12]. Однако, здесь исходная «линейная логика» упускает из виду то, что в отношении к *Иному* может со временем образоваться и «иное» диалектическое состояние, которое мы, не имея лучшего определения, обозначаем здесь как *феномен «агрессии безопасности»*.

Как отмечает Ю.В.Фетисова, автор одного из исследований, в котором культура безопасности моделируется как системный культурный концепт, ею также рассмотрена типология и историческая эволюция данного явления, «этика и идеология безопасности семиотически актуализируются через “встраивание” ценностных коннотаций и идеологизацию маркеров уязвимости путем преобразования их в маркеры “чуждости” и враждебности» [13]. На уровне анализа итогов развития и эволюции социального познания в XX веке ученые обращают внимание на «последствия присвоения концепта негативного социальной средой» (Д.Э. Гаспарян). Выражены они в XX веке реализацией преимущественно репрессивной стратегии разума и движением по пути раскола в отношении к диалектике социального: «диалектика как путь к свободе (с 1930-х по 1960-е гг.) и диалектика как апология насилия (после 1960-х)» [14]. Конфронтация (отношение к «врагу») и терпимость (отношение к «другому» и «чуждому») превалирует в характеристиках современного социума над толерантностью (отношение к «Иному»). По своей сути, это оборачивается дискредитацией диалектического разума, применимого к пониманию современных социальных процессов [15]. Образ врага выступает «как важнейший ориентационный элемент в структуре репрезентативных практик безопасности, - отмечает Ю.В. Фетисова, - и определяет «развитие мобилизационной динамики культуры безопасности – от культуры реагирования к культуре (пред)упреждения» [16] на основе реактивного и репрессивного применения силы. Добавим к этому, что смысл и диалектика негативного в понимании современного социума превращается из, некогда восходящей к марксизму, стратегии достижения свободы через «конфликтную коммуникацию» – в ресурс подавления и отчуждения, реализующийся в повседневной практике воспроизводства

нестабильных социальных состояний в структуре современного этапа развития «репрессивной культуры».

В определенном смысле понятием «агрессия безопасности» мы хотим предложить своеобразное фальсифицирующее суждение и концепт для понимания и анализа статуса самой культуры безопасности в современном кризисном обществе, и которое выполняет по отношению к последней своеобразную функцию т.н. «значимого Иного».

При общем, вполне *традиционном* понимании агрессии, как «намеренного причинения ущерба другому», [17] среди существующих теорий, осмысливающих данный феномен, явное предпочтение до сих пор отдается той, которая учитывает особенности формирования соответствующей модели социального поведения. Агрессия выступает здесь как предметная сфера научения и результат «относительно устойчивых изменений в поведении или поведенческом потенциале» (Б. Хегенхан, М. Олсон) социальных субъектов, которые обусловлены различными стратегиями и практиками их опыта социализации. Считается, таким образом, что агрессивные реакции здесь усваиваются и поддерживаются путем *непосредственного участия* в соответствующих ситуациях, либо с помощью пассивного наблюдения агрессивных проявлений [18]. Между тем, в литературе последнего десятилетия данная точка зрения претерпела значительные изменения, прежде всего, рассматривая современность в категориях «реальности медиа» (Н. Луман). Прямым следствием и дополнительным аргументом в пользу существования в современности феномена «агрессии безопасности» является как раз то, что с распространением массмедиакультурных артефактов, внедряемых через визуализацию интерактивного восприятия реальности, сама агрессия как и угрозы потенциальной опасности подверглись значительной реификации [19].

Несмотря на многообразие существующих в исследовательской литературе определений, современный мир все чаще характеризуется уже не как особый тип социальной реальности, не особая идеология и рефлексия, а как специфический *способ проживания опыта* [20]. Однако сегодня складывающаяся социальная «картина мира», нормы, ценности и идеалы данного опыта пребывания в современности, не выполняет функции стабилизации идентификационных практик в сознании и поведении людей. «Прозрачное общество» победившей коммуникации оказывается «чистым» хаосом нестабильных социальных состояний, который создает «непрозрачность» особого рода – инкультурацию безопасности в агрессивных и репрессивных сценариях медиа-культуры. Присвоение агрессивности становится обычной культурной нормой идентификации в рамках «цивилизованных» форм восприятия насилия в практиках современных СМИ. Типичное сообщение о знаковом и зловещем теракте или преступлении, которые заставляют социум содрогнуться от понимания хрупкости современного существования в мире тотальной и «непрозрачной» опасности, соседствует теперь с открытым и публичным признанием своей ответственности за совершенное злодеяние различными радикальными группами и военизированными организациями. Терроризм транслируется в

современной цивилизованной жизни общества как обыденная «норма» проявления иной легитимно существующей субъектности, выступающей в качестве актора поддержания существования угроз безопасности, что способствует «симметричной» радикализации и поиску адекватных культурных норм реагирования в праве, структуре и смысле политических решений, общественном мнении.

Становящаяся реальность культуры безопасности в новом тысячелетии, некоторые черты которой мы попытались раскрыть в данной работе, позволяет охарактеризовать ее также в категориях «пост» как «постбезопасность», означая симулякр которой для нас здесь и выступила т.н. «агрессия безопасности».

Литература:

1. См.: Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М., 2000; Бернштейн П. Против Богов: Укрощение риска. М., 2000; Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М., 2004; Бляхер Л. Нестабильные социальные состояния. М., 2005.
2. См.: Деш М. Столкновение вокруг культуры: к оценке роли идей в исследованиях проблем безопасности // Pro et Contra. Осень 1998 Т.3. №4. С. 115-148; Николаев П.А. Культура как фактор национальной безопасности. М., 2007.
3. См.: Пелипенко А.А., Яковенко И.Г. Культура как система. М., 1998.
4. См.: Гречко П.К. Различия: от терпимости к культуре толерантности. М., 2006.
5. См.: Кузнецов В.Н. Социология безопасности. М., 2007.
6. Фетисова Ю.В. Культура безопасности. Автореф. на соиск. уч. степ. канд. Философ. Наук. Омск, 2009. С.5.
7. Ушанова И.А. Концепт «безопасность» в европейском общественном сознании // Современный кризис системы международной безопасности: вызовы и ответы: сборник научных докладов / отв. ред. В. В. Грохотова, Б. Н. Ковалев, Е. А. Макарова; НовГУ имени Ярослава Мудрого. Великий Новгород, 2009. С.34-43.
8. Луман Н. Что такое коммуникация? // <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2954>.
9. См., напр.: Капто А.С. От культуры войны к культуре Мира. М., 2002; Кузнецов В.Н. Указ. соч. С. 106-107.
10. Вячеслав Николаевич Кузнецов, член-корреспондент Российской академии наук, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии безопасности Социологического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, автор фундаментального труда «Геокультурная энциклопедия: культура развития через культуру безопасности» (М., 2009), констатирует, что применительно к российским реалиям, «несмотря на тотальные масштабы социальных угроз, культура безопасности общества остаётся на уровне явно не отвечающем современным реалиям и новым экзогенным и эндогенным вызовам. Основные структурные элементы культуры безопасности имеют низкий уровень когерентности. Это противоречит объективным требованиям дня».
11. Гречко П.К. Указ. соч. С.411
12. Там же. С. 353.
13. Фетисова Ю.В. Указ. соч. С.8.
14. Гаспарян Д.Э. Социальность как негативность. М., 2007. С.17-18.
15. Там же.
16. Фетисова Ю.В. Указ. соч. С.20.
17. Это отражено, например, в уголовном законодательстве РФ, где имеются три состава преступлений, образующих комплексное понимание «преступлений агрессии»: планирование, подготовка, развязывание агрессивной войны (ч. 1 ст. 353 УК РФ); ведение

агрессивной войны (ч. 2 ст. 353 УК РФ); публичные призывы к развязыванию агрессивной войны (ст. 354 УК РФ). См.: Малахова О.В. Агрессия как преступление по международному и национальному праву. Ставрополь, 2003. Текст диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук

18. Сукиасян С.Г. Агрессия: социальный или биологический феномен? Ереван, 2002. С.75.
19. Шкуратов В.А. Искусство экономной смерти. Сотворение видеомира. Ростов/ н Д., 2006. С.173.
20. Марков Б.В. Понятие политического. М., 2007.С.32.

Н.А. Муликова

КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Ставрополь, Гуманитарный институт Северо-Кавказского федерального университета

На современном этапе реклама плотно вошла в нашу повседневную жизнь, она нас окружает повсюду, формирует новое визуальное пространство, которое, в свою очередь, целенаправленно воздействует на сознание как отдельного индивида, так и общества в целом. Реклама как одна из форм массовой культуры рассматривается сегодня как мощное орудие воздействия на общественное сознание, способствующее созданию определенных имиджей, образов, стереотипов. Реклама способствует формированию материальных и духовных ценностей, создает яркие образы, через которые изменяет стиль жизни и поведение людей.

Реклама перестала выполнять только информационную функцию, она способствует формированию заданных идентичностей, определенному социальному набору ролей. Именная она в большей степени сегодня способствует изменению мировосприятия человека, его жизненных ориентиров. Рекламное пространство само регламентирует сегменты целевой аудитории, тем самым разграничивая людей по социально-экономическому положению. Оно раскрывает по-новому проблему неравенства в обществе, выделяя определенные заданные формы идентичности индивида. Эти взаимосвязанные процессы происходят под воздействием решающей роли коммуникативных технологий по изменению и развитию рекламного пространства.

Одним из механизмов внедрения социокультурного содержания рекламы в широкую общественную аудиторию является использование принципа идентификации. Профессионально сделанная реклама воплощает в себе, как правило, некую концепцию идентичности, которая может рассматриваться как способ культурного позиционирования рекламной политики. Каким бы ни был неоднозначным процесс освоения информационного рынка рекламодателями, бесспорно одно: наиболее короткий путь к сердцу потенциального потребителя лежит

через создание позитивных концепций его идентичности, и реклама, позиционируя свое место на информационном рынке, активно осваивает это направление.

Каким образом реализуется данный процесс и как можно использовать его для формирования идентичностей, необходимых российскому обществу, не утратив исторической судьбы, моральных и нравственных устоев?

Огромную роль в насаждении западнизации посредством коммуникативных технологий в рекламном пространстве играет глобализация. Говоря словами русского философа А. Зиновьева, «Западнизация – это пропаганда достоинств западной цивилизации и западного образа жизни» [1, с. 104]. В данном контексте мирную пропаганду достоинств западного образа жизни можно рассматривать как одно из средств информационного оружия. Особое внимание следует уделять тому, какое влияние оказывает формирующееся рекламное пространство на подрастающее поколение, у которых уровень информационной культуры еще недостаточно развит и слабая степень защищенности от негативных информационно-психологических воздействий. Ведь рекламное пространство складывается под воздействием множества информационных потоков. Надо отметить тот факт, что отечественное производство рекламы только сейчас набирает силу, и не идет ни в какое сравнение с западными рекламными агентствами. Рекламу в глобальном масштабе могут себе позволить только транснациональные корпорации. Именно посредством их деятельности в большей степени происходит выработка информационного окружения в рамках рекламного пространства.

Интересным в данном контексте представляется рассмотрение рекламы как способа построения мифа, создание новой виртуальной реальности современного человека посредством коммуникативных технологий. «Миф – это творчество, при котором фантазия принимается за реальность» [2, с. 82]. Этот миф возникает в рекламном пространстве для того, чтобы со своей точки зрения объяснить явления окружающего мира. Миф порождает яркие устойчивые образы в сознании людей, которые сохраняются достаточно длительное время в общественном сознании. Этим свойством мифа в полной мере пользуется реклама.

Более устойчивые в восприятии те рекламные мифы, которые обращаются к общечеловеческим ценностям, таким как здоровье, уважение, любовь, а также успешность, личная привлекательность, карьера и т.п. Причем чем масштабнее идет процесс воздействия и достаточно длительная протяженность во время этого воздействия, тем дольше эти рекламные мифы сохраняются в массовом сознании. В создании рекламных мифов с помощью коммуникативных технологий обязательно учитывается, насколько они будут затрагивать область сознания и подсознания, важно настроить потребителя к выражению требуемых психологических реакций. Если сочетаются все вышеприведенные условия можно говорить о том, что в результате такого воздействия, будет получен требуемый результат. Иногда рекламные мифы могут выступать в роли социальных мифов и, тем самым, вплетаясь в жизнь человека, становясь частью его окружения.

В подтверждении данной мысли можно привести слова Л.Н. Воеводиной, которая так описывает воздействие рекламы на аудиторию: «Современная культура продолжает интенсивно продуцировать мифы, призванные связывать и канализировать общественную энергию, удовлетворять запросы общества массового потребления, например, простимулировать потребление продуктов, как это делает реклама, создать с помощью телевидения привлекательный имидж политического деятеля или эстрадной «звезды», занять внимание зрителя очередным боевиком или «мыльной» оперой с помощью кинематографа и телевидения» [3, с. 138]. Именно таким способом реклама может отводить внимание общества от социально-значимых проблем.

Подводя промежуточный итог, можно отметить, что рекламе присуще создание определенных мифологических конструкций посредством апелляции к коренным ценностям бытия. Рекламный процесс в совокупности его произведений формирует некое идеальное пространство, где доминируют здоровье, благополучие и достаток. В целом это мифологическая структура складывается из последовательного применения коммуникативных технологий в рекламном пространстве.

Относительно проявлений культуры, которые могут быть выражены в рекламном пространстве, нидерландский социолог Г. Хофстеде в своей книге «Cultures and Organizations: Software of the Mind» [4, с. 7-8] выделяет такие культурные различия, как символы, ритуалы, герои, ценности. Действительно, все эти аспекты важны для создания требуемых образов. В рекламе, как мы уже отмечали, необходима также периодичность донесения этой информации, для того, чтобы она закрепилась в общественном сознании. Основываясь на данных факторах, можно выстраивать порядок воздействия коммуникативных технологий, если мы хотим того, чтобы ценности одной культуры были восприняты ненасильственным способом представителями другой культуры. Именно данную мысль подчеркивал А.А. Зиновьев в своем произведении «Русский эксперимент» применительно к насаждению западных ценностей на российскую почву. Это воздействие должно проходить через символы, под которыми Г. Хофстеде понимает и слова, и жесты, различные изображения, предметы и объекты, которые несут определенный смысл. Они должны быть узнаваемы и разделяемыми представителями данной культуры. Особое внимание автор уделяет ритуалам коллективной деятельности, указывает на их социально важное значение. Примерами подобных ритуалов он выделяет социальные и религиозные обряды.

Г. Хофстеде правильно отмечает, что в формировании рекламного пространства также активно используется образ героя. Причем в качестве героя могут выступать не только реальные, но и вымышленные персонажи. Они обязательно должны обладать характеристиками, которые высоко ценятся в данной культуре, и, соответственно, служат образцом для подражания. Причем символы, ритуалы и герои выступают в роли практик, в основании которых непременно должны находиться ценности. Именно формирование заданных ценностных установок и предполагают коммуникативные технологии в рекламном пространстве.

Через построение мифологем реклама воздействует на потребителя, и эти способы воздействия отличаются большим разнообразием, особенно учитывая, что в современных условиях возникают новые коммуникативные технологии и также активно используются формировавшиеся ранее. Реклама эмоционально апеллирует, фокусируется на удовлетворении, получаемым от покупки продукта, от обладания им. Воздействие на эмоциональную сферу человека превратило рекламу в инструмент создания некой элитарного пространства успеха, роскоши, богатства. В середине 50-х годов XX века появляется теория об имидже товара, разработанная основателем ведущих рекламных агентств Д. Огилви. Ее появление, с одной стороны, обусловлено стремлением человека к фактору личной успешности, престижу, социальной значимости, которое может проявляться как на сознательном, так и на подсознательном уровнях, с другой стороны, важное значение следует уделять именно уникальному признаку товара, явления, события. Коммуникативные технологии создают определенное рекламное пространство. Причем это рекламное пространство, наполняющее множеством смыслом, становится неким символическим виртуальным пространством. Созданный образ становится частью массовой культуры и элементом массового и индивидуального сознания, и может существовать не только в рамках рекламного пространства, но и за его пределами. Имиджевая коммуникация интересна еще и тем, что представляет собой общение с контролируемой реакцией аудитории, поскольку в задачи рекламиста входит создание такого сообщения, которое бы вызвало у адресатов нужную реакцию. Реклама приобрела статус квинтэссенции манипулятивной коммуникации. Рекламная коммуникация осуществляется при помощи разнообразных имиджей, являющихся основным средством манипуляции аудиторией, она, по сути, представляет собой манипулятивную имиджевую коммуникацию.

Таким образом, важнейшая особенность коммуникативных технологий в рекламном пространстве – это формирование и передача определенных социокультурных образцов и ценностей, которые в значительной степени способны оказывать культурно-психологическое воздействие на потребителя. Реклама, несомненно, обладает культурной значимостью. Реклама способна моделировать сознание людей в соответствии с целями и нуждами рекламодателей и менять устоявшиеся привычки, социальные нормы и культурные традиции за сравнительно короткий срок.

Литература:

1. Цит. по: Расторгуев С.П. Философия информационной войны. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2003. – 496 с.
2. Стеблин-Каменский М. Миф. – Л.: Наука, 1976. – 103 с.
3. Воеводина Л.Н. Мифология и культура. М.: Институт общегуманитарных исследований, 2002. – 384 с.
4. Hofstede, G. Cultures and organizations: Software of the Mind. – London: McGRAW-HILL BOOK COMPANY, 1991. – 273 p.

НЛП В ЭКОЛОГИИ: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?

Республика Беларусь, Минск, Международный государственный экологический университет им. А.Д.Сахарова

Психотехники знакомы человеку с незапамятных времен. В повседневной жизни практически на каждом шагу мы пытаемся воздействовать на кого-то, или, наоборот, кто-то пытается воздействовать на нас (эмоционально, морально и т.д.). Объяснение и попытку применения сознательного воздействия на человека впервые сделал Аристотель в своей работе «Риторика» в 350 г. до н.э. Ему удалось вывести формулу убеждающего воздействия, которая до сих пор считается классической в сфере политико-психологического общения и воздействия людей друг на друга. Успех зависит от того, кто говорит, кому и что говорит.

«Вслух» о проблеме воздействия заговорили только в XX веке. В середине 70-х годов Джон Гриндер и Ричард Бендлер создали теорию нейро-лингвистического программирования и отправили свое детище в массы, в надежде, что помогут миллионам людей стать свободнее в общении и научиться решать и избегать многих конфликтов. Однако, «Когда мы придумали название «нейролингвистическое программирование» (НЛП), многие говорили «Это звучит как контроль над разумом» – как будто в этом есть что-то плохое. Я сказал: «Да, конечно, если вы не начинаете контролировать и использовать свой собственный мозг, то тогда вы должны просто оставить его на произвол судьбы» – говорит Ричард Бендлер [1].

Согласно теории НЛП, человеческая психика, подобно компьютеру, работает по определенным программам. НЛП занимается изучением этих программ, способам их коррекции с целью повышения их эффективности. Современные методы психологического воздействия можно объяснить по двум основным направлениям, связанным с неосознаваемой частью психического. Первое охватывает большую группу методов саморегуляции и самопрограммирования, основной целью которых является мобилизация и совершенствование индивидуальных психофизических возможностей человека, раскрытие его творческих способностей и потенциалов, обретение состояния творческого самочувствия и переживания.

Разработанные в концепциях восточных философских учений и школ эти методы используются в основном как средства физической релаксации и концентрации внимания с целью углубленного изучения человеком самого себя, своего тела, его возможностей, но главным образом – с целью более совершенного управления своей психической деятельностью, безотносительно к влиянию внешнего социального окружения. Только в США существует сотни учреждений и научных центров, разрабатывающих различные средства модификации поведения и

самопрограммирования психики человека, где постоянно задействованы миллионы людей.

Второе направление связано с изучением возможностей и разработкой средств внешних (подпороговых) воздействий на сферу бессознательного для целенаправленной модификации психических состояний и поведения человека. Особенно широко методы «маргинального» воздействия используются в коммерческой рекламе и политической пропаганде, современной рок-культуре, распространяемых с помощью СМИ и коммуникаций.

Реклама – вот где мы постоянно сталкиваемся с НЛП. Даже если вы будете вести затворнический образ жизни, в надежде избежать манипулирования, каждый раз, включая телевизор, вы столкнетесь с тем, от чего бежите. Новости, ток-шоу, предвыборные речи и многое другое – все насквозь пропитано всякого рода психотехниками. И каждый раз в различной степени мы подвергаемся их влиянию.

Наряду с призывом купить очередной «Сникерс» на голубых экранах все чаще начинает появляться экологическая реклама. И это, безусловно, очень радует. Однако, почему-то больше людей идет в магазин за теми же «Сникерсами», чем в парк сажать деревья, или покупать экологически чистые продукты. Маркетологи утверждают, что это связано с избытком негатива в природно-экологических образах рекламы, по сравнению с рекламой потребительской продукции. Ролики, вызывающие страх, а порой даже отвращение, стимулируют зрителя не спасти природу, а поскорее переключить канал.

«Гораздо эффективнее и правильнее, хотя бы с точки зрения гуманности, в экологической рекламе использовать природно-экологический позитив, и на его основе воспитывать толерантность и экологическую сознательность общества. Демонстрации негативных последствий человеческой безалаберности в отношении природы, запугивание людей не способны заставить ценить красоту окружающего мира и не научат любить его» - утверждают исследователи. [2]

Однако существует и позитивная реклама, но эффекта от нее также немного. Тогда давайте рассмотрим, какие же приемы психотехник в них используются, и попробуем применить их в экологическом русле.

Одной из первых стратегий мышления стала стратегия чередования зрительного образа и ощущений, другими словами — «вижу — чувствую». Например, «Представьте себе ваши ощущения в этой ванне»; «Посмотрите, как нежно это мыло ухаживает за вашей кожей». Внедрить нужную стратегию мышления можно не только посредством слогана, но и песни, стихотворения, чередования образов на экране, а если это будет сопровождаться еще и специально подобранной музыкой, то эффект удивит даже специалистов. Почему бы не использовать этот принцип, допустим, следующим образом: побережье океана, ясное небо, теплое солнце, где-то в волнах кувыркаются серфингисты. Мягкие волны накатывают на песчаный берег. Звучит приятная успокаивающая музыка за кадром, или песня вариацией на слоган: «Только «чистая» природа способна подарить это незабываемое ощущение покоя и уюта. В наших силах сохранить ее такой». Ну, это например.

Следующая интересная стратегия мышления — переход от диссоциированного образа к ассоциированному, то есть от позиции наблюдателя к позиции участника. Эта стратегия — основа подражательного поведения, которое встречается, начиная с раннего детства. В последующем многие поведенческие шаблоны мы усваиваем с помощью подобной стратегии, поскольку именно так отражается в нашем мышлении главный принцип научения: «делай, как я». Здесь вариантов уйма: можно показать, как люди спасают маленьких милых щенят и котят, как сажают семена, а из них вырастают прекрасные деревья и цветы и так далее. И актеров в роликах лучше всего подбирать красивых и подтянутых — согласитесь, очень приятно ассоциировать себя с симпатичной девушкой с хорошей фигурой (в моем случае).

Еще одна находка НЛП, активно применяемая в рекламе, — связь направления взгляда с типом мышления в данный момент: так называемые «глазодвигательные шаблоны». Знание глазодвигательных шаблонов имеет значение для производства печатной рекламы. Например, фотографию упаковки рекламируемого товара лучше помещать в верхней части плаката, а фотографию самого продукта (особенно если он съедобен) — в правом нижнем углу. Это ценная информация для разработки рекламных плакатов экологически чистых продуктов.

И наконец, рассмотрим субмодальные стратегии. Разделив человеческое мышление на простые составляющие — модальности, специалисты в области НЛП на этом не остановились и пошли дальше, разделив каждую модальность на субмодальности. Субмодальности — это характеристики ощущений в пределах каждой репрезентативной системы; качества наших внутренних репрезентаций. Они могут быть визуальные (яркость, цвет, объемность и т. д.), аудиальные (громкость, тональность и т. д.), кинестетические (площадь, давление и т. д.). Когда провели подобное дробление, оказалось, что поведение человека можно менять с не меньшей эффективностью, используя только субмодальности. Есть универсальные субмодальности, которые являются общими для любой модальности, — это интенсивность (яркость, громкость), распространенность (размер), местоположение и некоторые другие. Здесь полет фантазии безграничен, и экспериментировать с субмодальностями можно как душе угодно. Использование субмодальных шаблонов для создания рекламного ролика позволяет серьезно увеличить интенсивность воздействия рекламы на потребителей при значительной экономии времени. В одном из руководств по рекламе, изданном в 70-х годах 4, рекомендовалось делать рекламные фильмы продолжительностью не более минуты, а в качестве образца для подражания приведены сценарии фильмов, продолжавшихся 30 секунд. Используя приведенные НЛП-технологии, можно сократить продолжительность ролика до 6—15 секунд. Разумеется, к выбору субмодального шаблона следует подходить ответственно, ясно понимая, что именно вы хотите сделать, какую идею хотите внедрить в сознание потребителя, какие инструменты использовать. [3]

Это только наиболее распространенные технологии НЛП — на самом деле их гораздо больше. И каждую можно с успехом применять не только в погоне за

прибылью, но и для сохранения окружающей среды в частности. Знание и умение применять эти технологии – эффективные инструменты в достижении цели.

В заключение хотелось бы сказать, что очевидный вывод всей проделанной мной работы — нам есть куда расти. И не только в плане рекламы. Экологическая реклама как таковая — еще одна ступенька, качественное и продуманное исполнение должно приблизить нас к осуществлению цели.

Литература:

1. http://www.nlpnews.ru/for_students/student-01/
2. «Анализ использования природно-экологических образов в рекламе» Горлевская Людмила и Тулеева Юлия при участии А.С. Мартынова
3. Князев С. В. Журнал "Маркетинг в России и за рубежом" «Нейролингвистическое программирование - технологии в рекламе»

ТЕХНОЛОГИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ И СОЗНАНИЕ. МЕМЫ, ЭТИКА, МОРАЛЬ

Санкт-Петербургский университет путей сообщения

В философии во все времена поднимаются два вопроса: "Что такое существование? И Как мы узнаем об этом?" Первый вопрос относится к существованию, и рассматривается в таком направлении в философии, которое называется онтология. Второй вопрос касается знания и его философское исследование называют гносеологией или эпистемологией. Эти два вопроса являются центральным объемом исследования морали и этики.

Рассмотрим онтологию австрийского философа Карла Поппера. Он объясняет восприятие того как мир формируется следующим образом: существует три мира: «Мир 1» - мир физических объектов или физических состояний. «Мир 2» - мир состояний сознания, мыслительных (ментальных) состояний и «Мир 3» - мир культурного наследия, (искусство, язык, этика, идеи, мораль и т.д.).

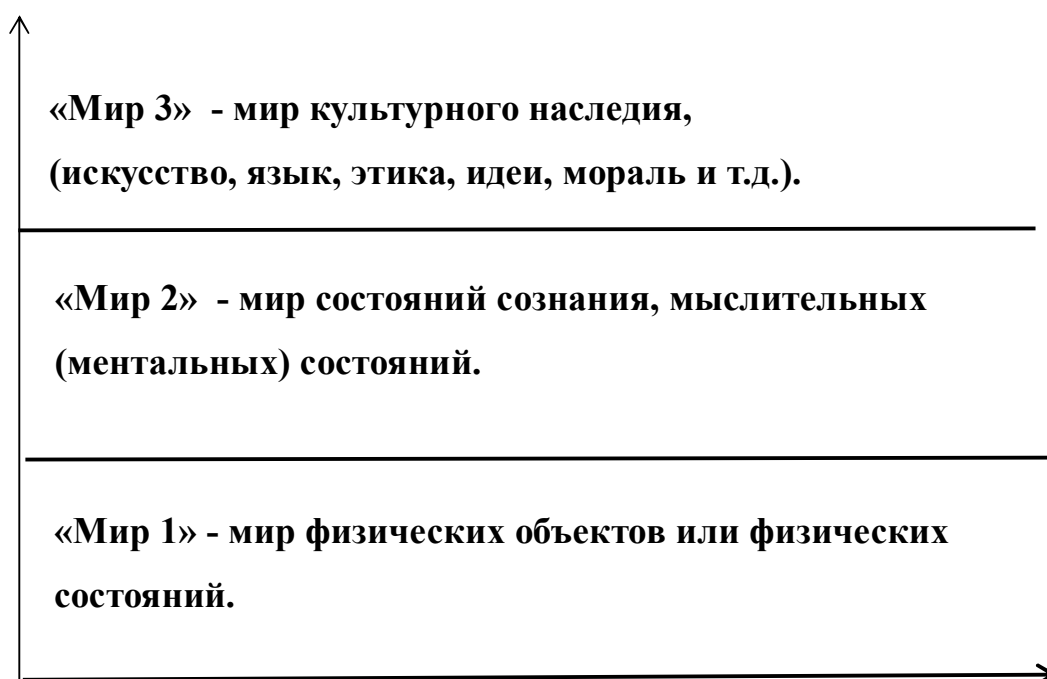


Рис. 1. Схема онтологии Карла Поппера

Искусство, наука и технология – результат человеческой культуры. Существуют они в Мире 3, согласно онтологии Поппера, там же где и язык, математические и научные теории, литература, идеи и т.д. Другими словами, Мир 3 – автономный: человек экспериментирует с Миром 3 через функции разума - Мира 2- и это

приводит к изменениям в Мире 1. Например: человек, который пришел посмотреть на созданный художником артефакт, может получить впечатление, которое западет в память – Мир 2, и в дальнейшем каким-то образом воплотится в физическом мире – Мире 1. Онтология Поппера объясняет, где существует этика и мораль, но не объясняет, почему люди разных культур создают разные нормы поведения. Механизм создания этических и моральных норм можно объяснить теорией мемов.

Теорию мемов создал английский биолог Ричард Доукинс в 1976 году, опубликовав книгу «Эгоистичный ген». [1] Согласно Доукинсу, эволюцией управляют некие гены, действующие в эволюционном биологическом процессе абсолютно эгоистично. Их единственная цель – быть копированными и перенесенными в следующее поколение. «Есть ли в нашем окружении какой-либо другой аналогичный копир, схожий с генами?», задал вопрос Доукинс, и сам же ответил: «Есть!». В качестве копира, сравнимого с ДНК, он признал свойство человеческой коммуникации – «*подражание*». Он утверждал, что в каждой культуре существует некая частица, которая копируется посредством человеческой способности к подражанию. Доукинс предложил единицу измерения культурного наследия, назвав ее «*мем*». Согласно определению Доукинса мемом может быть мелодия, пословица, модный фасон одежды, анекдот, форма домов, поведение в данной культуре или группе людей, научная идея, идея героев и суперзвезд и т.д. Мемы распространяются из склада мемов одного человека к другому путем, который мы можем мудро определить как «подражание». Подражание является одной из особенностей человеческого вида, в отличие от животных. Человек обучается говорить, ходить и работать и действует, когда видит, как надо это делать. *Подражание является типичным для человека и как процесс происходит постоянно.* Мемы, по сути дела, – это информация, которая существует в Мире 3, и реализуется через Мир 2 и Мир 1 в разных формах артефактов и поведения. На протяжении всей истории человечество создало комплексы мемов – конструкции, которые существуют в виде веры людей, их традиций и систем ценностей. Почти все наши мысли есть потенциальные мемы. Мы можем распространять их при помощи речи или письма. Их можно передать по телефону, интернету, радио и телевидению. Люди думают все время, поэтому потенциальные мемы рождаются непрерывно. Большинство из них, отмирает немедленно, некоторые имеют короткую жизнь, другие становятся подходящими для какого-нибудь индивидуального комплекса мемов. Их принимают, и они начинают жить в этой мемической системе, формирующей мировоззрение и влияющей на поведение. [2]

Теория о мемах, наука меметика, открыла новое понимание того, как формируется человеческое сознание, и объяснила механизмы культурной эволюции. Она нашла применение в психологии, философии и антропологии. Согласно Ричарду Доукинсу, Даниелю С. Деннету и Сьюзен Блэкмор, мем является подлинным копиром. Чтобы быть копиром, необходимо иметь поддерживающий механизм, то есть соответствовать алгоритму дарвиновской теории эволюции, в которой присутствует копир, вариации (переработка), выбор и наследственность (сохранение).

- *Копирование является природной основой мемов.* Копир самовоспроизводится в процессе подражания в виде вариации: рассказанная история повторяясь, слегка изменяются.
- *В системе мемов существует выбор.* Некоторые мемы производят сильное воздействие на сознание людей, в этом случае их с удовольствием передают друг другу.
- *Мемы имеют наследственность.* В момент рассказа истории, мы можем сказать, что мем передается. После этого от него остается, по крайней мере, часть в сознании рассказчика. Таким образом, мемы передаются по наследству.

Согласно Ричарду Доукинсу, мемы являются инструкциями, которые управляют поведением. Мемы появились в истории развития человечества с того момента, когда наши предки стали проявлять способность к имитации. С тех времён два копира (репликатора) мем и ген, стали соэволюционировать. Успешные мемы изменяли «отбор окружающей среды», т.е. влияли на выбор человека относительно направления его деятельности и создания артефактов. Эти же успешные мемы поддерживали гены, способные скооперироваться с ними. Сьюзен Блекмур, известная английская исследовательница меметики, называет этот процесс «меметическим управлением». «Соэволюция мемов и генов создала человеческий мозг большого размера... Человеческий мозг предназначен не только для генов, но и для копирования мемов и является устройством отбора». [3] Наш мозг совместно с центральной нервной системой производит мемы, и одновременно работает в качестве системы отбора. Мемы сохраняются в человеческом мозгу и активизируются во время мыслительного процесса. Психология не изучает функции активации мемов, но ключевые слова имеет: механизм наблюдения человека, характеристики пяти чувств, характеристики памяти человека, которые показывают, какие мемы легко запоминаются. Характеристики самих мемов играют непосредственную роль в том, какие средства они используют при попытке найти «дом» для жизни, в каких отношениях данный мем находится с контекстом данной культуры, так как уже существующий контекст культуры является результатом комплексов мемов, существующих в разуме индивидуумов населения, которое формирует традиции данной культуры.

Даниел Деннет в своей книге «Объяснение сознания» охарактеризовал размеры мемов так: «Мем есть наименьшая часть информации, которую можно скопировать честно и эффективно». [4] Мем, в содержании которого присутствует указ быть копированным, изначально успешный. Например: мем – слоган Христианства: «И так идите, научите все народы...».[5] Для длинной жизни мема необходимо, чтобы идея относительно этого мема часто повторялась. В нашем примере, Христианская традиция предполагает частые встречи и повтор слов учения Христа. Пример создания вербальных мемов: в 70-ые годы в Центральной Европе проходил лыжный марафон. Люди, живущие в этой области, имели обыкновение подбадривать спортсменов криком: «Хоп! Хоп!». Марафон транслировался по интернациональному телевидению, практически весь мир увидел не только

спортсменов, но и болельщиков. Сегодня стало принятым во всем мире подбадривать участников лыжных гонок криками: «Хоп! Хоп!». Этот мем живет уже более 25 лет.

Доукинс задавал вопрос: «Естественный отбор генов показывает, что является более интересным и особенным для жизни, а что нет. Есть ли что-нибудь подобное в естественном отборе мемов?». Позже сам же ответил: «Фоном отбора мемов является популяция мемов, так же как фоном отбора генов является популяция генов. Это значит, что в сознании индивидуума могут существовать группы мемов, борющихся друг с другом, что приводит к формированию адаптированного комплекса. Это происходит не потому, что отбор идет через группу, он идет таким образом, что вновь прибывшему мему каждый из членов группы мемов, уже находящихся в разуме, помогает новому мему присоединиться к своей группе, в случае, если эта группа доминирует». [6] Мемы, готовые к кооперации, помогают новым, но только в своем комплексе. Таким образом, легко понять работу таких комплексов мемов, как религия, политика и т.д.

В антропологии существует направление, изучающее процесс вхождения в культуру и адаптации к ней новых идей. В обществе существует множество отдельных мемов, меметических групп и комплексов, которые мы называем традициями данной культуры. Если традиции долгие и сильные, они воздействуют на человека так же, как окружающая среда воздействует на процесс естественного отбора. Когда новый мем попадает в некую культуру, он должен иметь качества, позволяющие ему адаптироваться в уже существующей культуре данного общества, в противном случае культура не примет его. Пример из истории: Перу, область реки Амазонки, где в нынешнее время главенствует католическая религия. До прихода испанских миссионеров местные жители поклонялись местным богам-духам. Миссионеры не стали бороться против уже существующей религии, они просто сменили имена: местных богов, помогавших в жизни аборигенам на имена католических святых, а имена злых духов, наводивших страх - на демонов. Католическая религия легко и быстро прижилась в культуре аборигенов, потому что каждый из мемов разных культур адаптировался друг к другу и нашел свое место. Противоположный пример: адаптировать комплекс мемов, представляющий католическую религию, к комплексу мемов, которые представляют науку биологию, практически невозможно, так как биология полна комплексов мемов, абсолютно противоречащих католицизму.

Мораль и Этика - результат деятельности человека. Согласно теории мемов, мораль и этика - комплексы мемов, которые родились в результате взаимодействия между людьми на протяжении всей истории человечества. По Попперу мораль и этика находятся в Мире 3, который состоит из культурных объектов, таких как ценности, убеждения, научные теории, этики, практики, обычаи. Каждый человек берёт из Мира 3 и адаптирует часть объектов, которые зависят от его типа личности и персональной истории жизни. Некоторая часть этого содержания передается через образование, некоторая - через социальное обучение, большая часть, все в возрастающей степени, через распространение мемов – культурных ген. Когда

человек, действует, он либо ищет то, что он ценит, ценности, или пытается избежать нежелательных вещей, можно сказать, избежать нежелательных ценностей. Ценности есть руководство деятельностью человека, и одновременно мотивы деятельности человека. Если мы хотим влиять на разум людей и их поведение в практической деятельности, необходимо воздействовать на шкалу ценностей посредством различных инструментов коммуникации, будь то возрождение забытых ценностей или ослабление и изменение существующих ценностей с помощью технологий воздействия мемов и мем-комплексов.

Доминирующая значимость биологического фактора в жизни человека постепенно заменяется на информационный: «From carnivore to informavore». [7] Финский философ и антрополог Матти Камппинен в работе «Эффект культуры на коммуникацию индивидуума» представил свою антропологическую модель коммуникации. Когнитивная антропология определяет человека как хищника информации, пожирателя информации. Камппинен пишет: «Мемы - это, прежде всего, информация. Информацию можно рассматривать как уменьшение размера возможностей выбора, т.е. уменьшение неопределенности. Информация помогает сделать выбор».[8] Мемы имеют цель уменьшить неопределенность. Информация, которую содержат мемы, представляет собой некоего «гида» сознания человека в выборе того, что может быть и чего быть не может. Это и объясняет, почему некоторые мемы принимаются, а другие отвергаются. «...Из психологии мы знаем, что существует базовый когнитивный статус человеческого разума: желание и верование». [9]

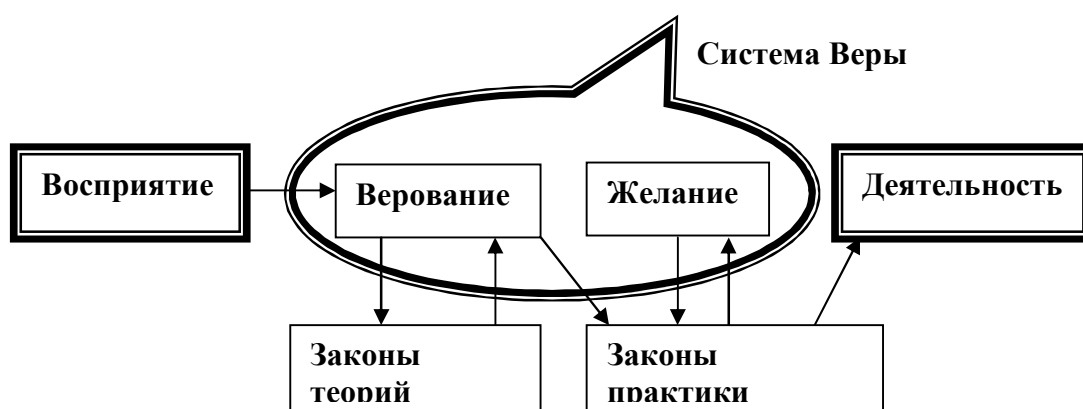


Рис.2. Когнитивная модель хищника информации Матти Камппинена

Желание показывает направление хищника информации, верование контролирует, каким образом оно идет в указанном направлении. Новые мемы приходят через «вход» («Восприятие») в человеческий разум, где далее тестируются в «Веровании». В случае если оказываются принятыми, остаются жить в «Системе Веры». Часть мемов распространяется через «Деятельность» – «выход». Например: мем, который диктует, что для того, чтобы быть здоровым, надо стать вегетарианцем, заставляет человека прекратить есть мясо.

Итак, можно сказать, личность формируется из генетического и культурного наследия. Последнее передается от человека к человеку при помощи мемов. Даниел С. Деннет по этому поводу писал: «Разум и сознание человека, его «Я», рождается от взаимодействия мемов между собой». По его мнению, мем не только копирует, подобный гену, человеческое сознание является продуктом мемов. Новые мемы возникают как результат соединения и переработки старых высказываний, анекдотов, историй, а также легенд, мифов, теорий и идей. Этот процесс может быть назван творчеством, определяемый в меметике как «процесс одновременного воздействия, переработки и воссоединения». [10] Работникам искусства, имиджмейкерам и производителям рекламы легко понять это. Цель работы этих людей – породить новые мемы различных типов, воздействующие на разные уровни человеческого разума.

Если рассматривать мемы как подсознательные репликаторы, очень похожие на вирусы, то в этом случае мемы не имеют морали: «Это делать хорошо, это делать плохо». Тем не менее, мемы генерируют поведение на индивидуальном уровне и в группах, которое в социуме имеет моральное значение. История знает много примеров о мемах расистско - этнической классификации, которые взаимодействуют с политикой и рассматриваются с точки зрения общечеловеческой морали, как например Геноцид. Расизм - это пример общего идеологического мема, содержание которого - разделять людей, убивая тех, кто не подходит под стандарты данной группы или не принимает подобную идеологию. Однажды введенный в культуру, мем эволюционирует, как пример: расизм превращается в антисемитизм или ультранационализм, распространяясь в социуме как вирус, иногда становясь вредно привлекательными. Джек Балкин в своей книге «Cultural Software: A Theory of Ideology» утверждает, что меметическими процессами можно объяснить многие особенности идеологической мысли. В частности, что мемы формируют в сети культуры модели ассоциаций, метафоров, метонимий и различных когнитивных структур. [11] Некоторые из этих структур могут помочь генерировать различные верования, например расистские и антисемитские, продвигая подобный вид веры к быстрому и широкому распространению. И наоборот, некоторые меметические структуры могут иметь в своем содержании моральные значения, как мемы антирасизма, и влиять на поведение таким образом, что человек становится терпимым.

Примечания:

Евангелие От Матфея 28:18-20 : [5]

Balkin Jach H. Cultural Software: A Theory of Ideology. – Press, 1988 : [11]

Blackmore S. The Meme Machine /Dawkins R. Foreword in the book. – Oxford: Oxford University Press, 2000 : [2] [3]

Dennett D. Darwin's Dangerous Idea. Evolution and the Meanings of Life. – N.Y.: Simon and Schuster, 1995. Ср.: Blackmore S. The Meme Machine – Oxford: Oxford University Press, 2000 : [4] [10]

Dawkins R. The Selfish Gene. – Oxford: Oxford University Press, 1976 : [1] [6]

Kamppinen M. Antropologinen ihmiskuva; lihansyöjästä informaationsyöjäksi /Kulttuurieläin, Ihmistutkimuksen Biologiaa. –Keuruu: Otava, 1989 : [7] [8] [9]

М.Вяч. Иванов

УТОПИЯ АРКАДИИ: РЕЛИГИОЗНЫЕ И СЕКУЛЯРНЫЕ ФОРМЫ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

По отношению к природе и способам ее преобразования, а следовательно роли технологической рациональности и «искусственного» в утверждении нового мира, можно выделить две альтернативные формы утопического — утопии Города и утопии Сада: Нового Иерусалима и Аркадии. Появившись во время господства религиозного типа мировоззрения, эти формы утопического изначально не могли не называть себя на языке религии. В христианской традиции им соответствуют представления о возвращении в Эдем или же приход Нового Иерусалима, предвосхищенный в Откровении Иоанна Богослова. Утопии Города свойственна установка на радикальное преобразование природы на основе новых знаний (мистического откровения, алхимии или научных достижений), в предельной форме это стремление выражено в словах героя романа И.С.Тургенева «Отцы и дети» Базарова, ставших расхожей фразой: «Природа не храм, а мастерская, и человек в ней — работник». Суть Аркадии, наоборот, в достижении гармонии с природой и соотнесение общественной жизни с ее законами. В Новое время, с характерной для него верой в технику как средство достижения более свободного и справедливого мироустройства, обозначилось относительное доминирование утопии Города. В связи с этим ряд авторов ограничивает определение утопического рамками сциентистской рациональности Нового времени и утверждает в утопии примат «искусственной» урбанистической формы. Однако, исходя из разработанного Карлом Мангеймом и Эрнстом Блохом понимания утопии как интенции в сознании человека, воплощающей надежду и стремления как отдельных индивидов, так и целых социальных общностей, а не «холодного» рационалистического продукта действий ума интеллектуалов-одиночек, такое сужение выглядит неоправданным. Как неоправданным выглядит выделение Аркадии из всей сферы утопического, предложенное Нортропом Фраем.

Утопия Аркадии в конце Средневековья и в Новое время давала о себе знать в крестьянских движениях, порожденных противоречиями перехода от феодальных общественных отношений к капиталистическим. Практически всегда этот переход, совпадавший с усилением процессов урбанизации и внедрением новой техники, происходил крайне болезненно. Разрушались традиционные формы крестьянского общежития, прежде позволявшие амортизировать социальный гнет и несправедливость. В отличие от утопии Города, взявшей на вооружение язык рационалистической философии с атеистическими или деистскими идеями, Аркадия продолжала отрицание несправедливого «здесь» на языке религии, с ярко выраженной пантеистической установкой, противопоставляемой официальному церковному теизму. Таким образом, существуют концептуальные расхождения в рамках религиозного мировоззрения одной исторической эпохи. Отечественная история дает нам яркий пример такого конфликта при сравнении доктрин сросшейся с государством православной церкви и учений русского религиозного сектантства (духовного христианства — христововерия, духоборства, молоканства), позволяющий выделить внутри религии два противоположных полюса — пантеистической крестьянской утопии и православия как составной части идеологической триады графа Уварова («православие, самодержавие, народность»).

В свою очередь пантеистический утопизм духовных христиан мог одновременно выражать себя в двух различных формах: иррационально-мистической (христововеры) и рационалистической (духоборы и молокане). Вторая группа представлений находит свой коррелят в светской философии Просвещения, например, у Руссо, и особенно в анархо-коммунизме П.А.Кропоткина. Знаменитый князь-революционер со ссылками на солидную научную базу в противовес борьбе за существование называл взаимопомощь в природе ключевым фактором эволюции. По его мнению, все высшие проявления человечности, такие как солидарность и нравственность, имеют естественное происхождение и в прото-формах могут быть обнаружены в природе. В учении Кропоткина явно присутствует аркадийно-утопическая составляющая, обосновываемая, в отличие от духоборов, сциентистски, но апеллирующая к той же утопической интенции в человеческом сознании, пусть и на другом языке. Заложенный в анархо-коммунизме, призыв к натурализации человеческих отношений по типу аркадической идиллии («сделаем общество на основе взаимопомощи таким же совершенным и справедливым, как сама природа») неслучайно нашел значительный отклик в странах с большим крестьянским населением, с развитыми общинными традициями и высоким значением религиозности (зачастую нон-конформистской), таких как Испания (Арагонская коммуна), Италия или Украина (феномен махновщины) начала XX века.

Таким образом, существует довольно большой массив утопических концепций и представлений, стремящихся преобразовать здесь-существующее общественное бытие на основе заложенных в природе принципов взаимопомощи и солидарности. Сама природа может при этом объясняться либо пантеистически, либо с позиций атеизма. Широкое распространение утопий этого типа в прошлом, возрождение

интереса к ним в настоящем в связи с экологическим и культурным кризисом, а также растущая популярность относительно новых форм аркадической утопии (эко-коммуны, экосоциализм, концепция анархо-примитивизма Джона Зерзана) убедительно свидетельствуют против попыток сужения феномена утопического рамками «искусственного», «механического» или «технократического» Разума, противостоящего Природе.

Т.С. Тараканова

ВЛИЯНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭЛИТЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ПОЛИТИКО-КОММУНИКАТИВНОМ ПРОЦЕССЕ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Центральным вопросом в изучении демократических государств является степень, в которой элита определяет, формирует формы взаимодействия политических акторов с общественностью и, возможно, манипулирует общественным мнением по вопросам, имеющим первостепенное значение для проведения государственной политики. Основным понятием здесь выступает политическая коммуникация (также называемая психологическая или информационная операция), охватывающая широкий спектр коммуникативного поведения, в основе которого лежат политические цели.

В современную эпоху опрос общественного мнения стал популярным способом измерения общественного мнения в процессе политической коммуникации. Опросы позволяют определить характеристику и настроение текущих связей между гражданами и политическими лидерами. Существующие эмпирические данные влияния элиты в процессе коммуникации на формирование отдельных мнений, обладают целым рядом серьезных методологических проблем, существование которых позволяет нам сомневаться в убедительности доказательств того, что элита на самом деле оказывает влияние на индивидуальные мнения большинства граждан. Считаю необходимым создание стратегии для оценки причинно-следственной связи (с использованием инструментальных переменных) сообщений элиты для формирования общественной поддержки проводимой государственной политики.

В процессе разработки стратегии анализа коммуникационных процессов в демократических государствах, и влияния элит на обработку информации и формирование общественного мнения, необходимо основываться на комплексном подходе изучения политической коммуникации, который включает в себя позиции спроса и предложения, характерные для демократии.

Ключевой вопрос, на который ищут ответ исследователи - является ли государство демократическим? Ведь в большинстве стран государственная элита способна манипулировать избирателями таким образом, чтобы навязывать свои политические цели, не принимая во внимание позиции и предпочтения граждан. Чтобы ответить на этот вопрос, исследования политико-коммуникативного процесса в первую очередь должны строиться на основе детального анализа:

- стратегий политических акторов и проводимой политики на уровне принятия решений;
- освещения деятельности первых лиц государства, представителей властных структур и функционирования государственных институтов в СМИ;
- технологии формирования общественного мнения.

Данные, полученные в результате проведенных исследований, учитывающих вышеперечисленные позиции в расширенном варианте, позволят говорить:

- либо о просветительской деятельности политических элит в политико-коммуникативном процессе, что свидетельствует о демократическом характере государственного режима;
- либо о манипулировании общественным мнением, где не приветствуется расширение адекватных и компетентных знаний о политическом процессе, и не принимаются во внимание предпочтения граждан.

Е.С. Новикова

О ВЛИЯНИИ СМИ НА РЕПРОДУКТИВНЫЕ УСТАНОВКИ

Санкт-Петербургский государственный университет путей сообщения

В настоящее время сокращение населения России, несмотря на временное повышение показателей рождаемости, представляет острую проблему, которая успешно может быть решена только через увеличение числа семей с 3 и более детьми. Большинство исследователей полагают, что число детей в родительской семье прямо влияет на число детей в собственной семье, иначе говоря, семья родителей служит эталоном, который реализуется либо не реализуется в зависимости от внешних условий. Однако это положение не объясняет отклонения в обе стороны (по данным исследований, 2/3 многодетных матерей выросли в «стандартных» семьях с 1-2 детьми). Согласно гипотезе нашего исследования, число детей в собственной семье определяется сложившимся образом идеальной семьи, каковой, разумеется, может быть и родительская семья.

Для проверки гипотезы использовалось специально разработанное интервью для выявления представлений об идеальной семье с последующим контент-анализом результатов. В исследовании приняли участие 110 замужних матерей, из них 55

малодетных (1-2 ребенка) и 5 многодетных (3-7 детей). Результаты показали, что число детей в идеальной семье (а не только в родительской) семье коррелирует с числом детей в собственной семье. Если исключить матерей, у которых число собственных детей и детей у родителей совпадает, получается обратная зависимость (тау Кендалла $-0,15$, $p \leq 0,05$): чем больше детей у родителей, тем меньше в собственной семье, и наоборот. Чем выше оценка родительской семьи, тем более благоприятно отношение к многодетности и многодетным семьям, что можно объяснить механизмом проекции: образ собственной семьи задает особенности восприятия других семей. Полученные результаты позволяют сделать вывод, что вероятность рождения троих и более детей выше у тех женщин, которые имели сложившийся в детстве и юности положительный образ многодетной семьи либо не имели никакого; шансы матерей, у которых сложился негативный образ большой семьи, на многодетность крайне низки. Еще до создания собственной семьи формируется образ идеальной (референтной) семьи, характеристики которой женщины стремятся воплотить в своей семье, и образ анти-референтной семьи: «Вот такую семью я точно не хочу».

Факторы, способствующие формированию образа идеальной семьи – это влияние собственной семьи, влияние ближнего и дальнего окружения, а также СМИ. Поскольку многодетных семей в России сейчас 7%, возможность личного общения с ее представителями есть не у каждого, поэтому очень важно создать позитивный образ в кино, литературе, на телевидении, в рекламе. Образ многодетной семьи в СМИ в настоящее время представлен очень скудно. Единственный фильм, который вспоминали многие опрошенные – «Однажды двадцать лет спустя», однако при всем восхищении материнским самопожертвованием героини акцентированы были негативные моменты – осуждение окружающих, нехватка денег, постоянная занятость, отсутствие отдыха, даже полнота героини (кстати, в нашей выборке полных больше оказалось среди малодетных матерей). Установка, которая формировалась под воздействием фильма – «Женщина – героиня, но я так жить не хочу». А вот в фильме «Мэри Поппинс, до свиданья!» изначально многодетная семья оказалась урезанной до «нормы» - сын и дочь. Большая семья в детской литературе – это классические произведения (Т.Янссон, А.Линдгрэн, П.Трэверс). В настоящее время образ большой семьи представлен в СМИ редко, да и то показывает скорее минусы, чем плюсы многодетности (сериал «Папины дочки»).

Основываясь на результатах исследования, мы можем заключить, что шанс стать матерью троих и более детей (разумеется, при наличии физической возможности) имеют те женщины, у которых нет сложившегося негативного образа многодетной семьи (а есть позитивный образ или нет никакого). Следовательно, можно за счет воздействия СМИ, в том числе путем рассказа о жизни реальных благополучных многодетных семей, целенаправленно формировать положительный образ большой семьи.

*Александра Домбровска (Aleksandra Dąbrowska),
Юзеф Подгурецки (Józef Podgórecki)*

THE PERCEPTION AND UNDERSTANDING IN PROCESS OF INTERPERSONAL COMMUNICATION

Social and Interpersonal Recognition. Characteristic of Interpersonal Meeting Processes

The Polish Republic, the City of Opole, Institute of Pedagogy in Opole

Social and Interpersonal Recognition. The character of co-operations between human as well as its results in large degree is depending from the way that we perceive, understand, duplicate each other as well as interpret our behaviors, judge their own and different participants of interaction potentiality.

The activation of problems of social meeting in our times is directed on examining following features of this complex phenomenon:

- why people put some attention one working individuals and ignore different activity, and the way they are forming their conclusions receiving social information from the surroundings;
- on what depends the specification of social meeting perceptions which is focused on the specification of perception and the coding of social information;
- with the help of what methods people integrate information in order to have an image of it and to execute suitable conclusions about social world;
- how process of receiving knowledge about me and different people occurs, what tools are used, to gain social knowledge;
- how men accumulate and remind information about social events and different people.

The process of social recognition, in the conditions of social instability, is going through modifications, as well as the process of constructing of the picture of social world and reality. In present times, with the pluralism of thinking and the forecast for possibilities of social and economic decisions, it is unusually difficult for perception with the help of mass consciousness and even more for this perceiving and recognition for separate individual.

We can mention the most characteristic features of perception by separate individual of unstable society:

- the total vagueness of situation, which leads to impossibility of forecasting our near fate, career;
- the feeling of fear, of lost, the lack of readiness for work and life in new conditions;
- understanding that lack of any control in society;

- perception the new mechanisms of social control as ineffective;
- the lack of certainty, that the individ. has the power of changing something;
- the feeling of negativism, discontent;
- on background of understanding and consideration of appearing the state of cognitive discord in relationship between incompatibility between images, expectations which occurred already betw. men, and the real changes of social reality;
- the human ignorance relating to the criterions of rating opinions of new ways of social acting.

The mentioned symptoms of perception by people of an unstable social world may cause unusually serious consequences, which results, that the individual does not feel itself as the subject of acts and workings in society, individual can not do it, and in a specific way refuses seeing and understanding social problems.

In the sight of morality we can say today about three poles relating with estimation of mass consciousness:

- existence of moral vacuum when allowing to do everything;
- we give back Owings only to values of market, so we judge the world only by categorizing the prices, value of money, business relations;
- still a part from the people are holding to the tradition of our culture that are putting the spiritual values over everything, who is not staying with that opinions, is according to them a moral person with no rules at all.

The last position although interesting, is qualified as one-sided, insufficient. There also exists many-sided sight of the world: For some that are the spiritual values, for other – market values, yet for someone – one and other.

The problem of social meeting of objects in social context, the receiving and understanding by people each other, often is defined by “social perception” (the Latin word *perceptio* – means “receiving, perception, cognition”; the Latin word *socialis* – means “social”). These terms were introduced by an American psychologist G. Bruner for characterizing the fact of social conditions of perception.

The social perception – the uniform perception by subject to social objects (different men, groups, different social communities), which more surely permits to define the success and perspective of interpersonal co-operation.

Perception of social objects has one’s characteristic feature which is different qualitatively from perceiving the objects of material world. Social object (this which is perceived), or it is an individual or a group, is not passive in relation to subject perception, but tries to call out a positive image about itself. The perception is accompanied by the profile content of estimating the perception. In process of perception we talk about unification of cognitive and emotional components.

Summing up the investigations about social perception we can see the concentration round the following problems:

- the feature of subject and object of perception;
- the specification of age, sexual content, professional social perception;
- the mechanisms of social perception (interpersonal and between groups);

- ❑ the specifics of interpersonal perception and understanding by people;
- ❑ the structural typology between groups and interpersonal perception;
- ❑ the exactitude and adequacy of perception of social objects;
- ❑ the correctness as well as effects of perception between groups;
- ❑ regularity of forming first impression;
- ❑ the influence on processes of social meeting, experiences with past, the character of mutual relations, judging ourselves, personality features of individuals which go into contact with each other.

All mentioned problems are included to the process of contact in the meaning of interpersonal recognition. It is considered, that deadline “recognition” in distinction from “perception”, best defines the circle of problems which are connected with social perception, deeply reflecting processes, which occurred in the course of interpersonal cooperation. We can describe the complex process of interpersonal meeting with the help of such component parts:

- ❑ the perception and opinion of external features as well as behaviors of individual, creation of images on the subject of its features and psychological states;
- ❑ opinion of these images as well as comparison of external features of individual with her personality features;
- ❑ the understanding as well as interpretation of received information;
- ❑ partner’s opinion in the whole;
- ❑ general conclusions;
- ❑ prognoses of workings and the partner’s acts;
- ❑ the creation of strategy to own behaviors.

To this process we can also include such elements as making decisions, accepting partner, his aims, motives, attitudes.

Characteristic of Interpersonal Meeting Processes. The direct process, begins already in perception by one person of other, with reflection of external appearance and behavior, even on this stage, the man who perceives, in certain way estimates the external features and makes some conclusions (sometimes unconsciously) about internal psychical features of partner interaction.

On basis of some features, conclusion about racial membership and nationality of a man, on basis of different – his characterological features, his abilities, possibilities of realization different actions. The perception puts to the participants of interaction a high level of requirements connected with a deep intellectual analysis.

Simultaneously in conditions of deficit of time as well as an intensive growth of intercourse information, the partners are forced to fill the lack of data and knowledge about others with those informations which we receive with the first impression. Experience proves also that first impression can partly or even fully not agree with the next image about a human. First impression is depending from many factors – the experience in contacts, the specific of external appearance, human behavior which is observed, the situation which is occurring, personal features who is observing and so on.

The general individual sense of other person is a path of interpretation the elements of outside look, behaviors and acts of an individual.

In situation of contact forming a consciousness of an human picture of other person is an result of co-operation and communication. In such conditions an image of others person is serving a function of a regulator of the process of contact.

Near this, an other man is looking in the eyes of a partner as a personality with some characterological, emotional, voluntary, intellectual features, and with some conservative approach.

Discovering these characteristics is an important task of interpersonal understanding. So on, beginning with interpersonal relations an individual should often learn to understand other people, try to give an emotional respond to psychical states, sympathize and worry, be glad and sadden, chose correct adequate ways of finding those things in his bonds and relations with other people. In social psychology exists a term called “rational understanding”.

Rational understanding – accumulation of informations, systematization of knowledge about other people and operating with them with the aim of reaching a maximal agreement in judging, estimation, imaginations about human and his features, characteristics, motives and possibilities objectively existing. On the process of understanding other man a big influence has the experience in the section of interpersonal relations of the person which is trying to know somebody else.

The understanding of a man of behaviors of other person and is also conditioned by the task of interaction, personal features of participants of common operation (life experiences, the level of self opinion development and so on).

For a different man Penetration of internal world is not an easy task, because of the fact that a man who perceives someone different usually has to disposition only external appearance. We can observe behavior, speaking, the possibility of communication of individuals and so on. There are coming into being questions: How can we with the help of features which create the external image and behavior of individual penetrate to internal man’s world? How it comes to process of change of interpersonal perception on understanding different man’s opinion?

Only in the process of understanding we favor two levels:

- realization of different man’s goals, attitudes, aims, motives;
- receiving these aims, own attitudes and motives.

Level second usually is absent for children because he is the result of later ontogenesis development. However not all grown men are capable in recognizing a man at the level of his aims, motives, and attitudes.

It is going about level which foresee that partners of an co-operation takes under attention not only the needs, own motives, but also suitable needs of others.

The researches mark, that impressions which are called out in such an situation play the considerable regulating part in process of contact, therefore knowing an other person is providing success in the process of correlation with each other.

It was enlightened, that from the shaping images about me, leaning on basis of images about different individuals are forming effectively when people co-operate, decisions are undertaken together, the plans of common workings are arranged together. In such situation there is a possibility to value a person and make an change of own and partner behaviors, building a strategy of own behaviors.

The interpersonal recognition simultaneously is characterized with several different processes of the emotional and rational, abstract and logical judge about other people, the emphatic understanding and receiving another person, interpretation of information and behavior of an unit creating generals about other people and his personality, forecasting changes in his behavior, building strategy of own behaviors. On the basics of this whole activity as well as contacts, images are created, ideas, knowledge about others. The successive interpersonal meeting is possible only when people can realize, understand and estimate who is the partner of interaction, disclose own ability of penetration of the world of a different person.

In context of analysis of interpersonal recognition very important is the investigation of the problem of preciseness of interpersonal perception. Those are the own difficulties, related with that when we observe physical objects we can easy check the accuracy of perceiving and compare the results with objective consolidation, measuring some values and features.

However, in the case of recognition of other person it is much harder to do, because the impression we receive from the perceiving subject is not possible to compare with anything, we can also observe a lack of direct methodological registration features of personality of other person.

Undoubtedly, for receiving this or other information about human we can use tests. At the same time we know, that there are no tests for measuring all the characteristics of a human. We cannot consider the tests as the only tools to research our personality, taking to attention the fact that the test has some limitations. The same thing can be said about the opinion of the experts.

In the role of an important factor increasing the accuracy of perception of other people, the researchers name receiving from him reversible connection, which helps correct the image and favors to forecast more accurately behaviors. On raising the perception competence are guided some special holds, methods of sociological and psychological training.

S E L E C T E D B I B L I O G R A P H Y :

1. DĄBROWSKA, A. *Komunikacja społeczna w humanistyce*. (Syberia—Federacja Rosyjska. Wyd. Ministerstwo wychowania i nauki Rosyjskiej Federacji. Państwowy Górno-Altajski Uniwersytet, redakcja Międzynarodowego i naukowego czasopisma pedagogicznego “Świat nauki kultury, wychowania i wykształcenia”, Państwowa Altajska Akademia Pedagogiczna) Barnaul—Gorno-Altajski, 2011. 271 stron. ISBN 978-83-926832-5-4.

2. DĄBROWSKA, A. *Walory współczesnej komunikacji społecznej i jej zastosowania w edukacji*. (Syberia—Federacja Rosyjska. Wyd. Ministerstwo wychowania i nauki Rosyjskiej Federacji. Państwowy Górno-Altajski Uniwersytet, redakcja Międzynarodowego i naukowego czasopisma pedagogicznego “Świat

науки культуры, воспитания и воспитания”, Państwowa Ałtajska Akademia Pedagogiczna), 2011. 167 stron. ISBN 978-83-926832-5-4.

3. KOCHUBEY, I. Perspektywy komunikacji społecznej w procesie edukacji. Wystąpienie wygłoszone w dzień dwa (28 maja 2008 roku, drugi panel “Interakcjonizm symboliczny a wydarzenia komunikacyjne w edukacji”) na międzynarodowym spotkaniu naukowym—pod patronatem Komitetu Nauk Pedagogicznych Polskiej Akademii Nauk—europejskich pedagogów-teoretyków akademickich (Rzeczpolita Polska, Republika Czeska) z cyklu “Komunikowanie społeczne w edukacji” w kurorcie Łądek Zdrój.

4. KOCHUBEY, I., & PODGÓRECKI, J. Rerum Socialium Disquisitiones Russicae-Polonicae: VI. Theories—They Are the Reality Maps. . . Communication Theories. W pracy zbiorowej: *Jerusalem & World: International Scientific Conference “Jerusalem: Cradle of the European and World Culture” (February 20—28, 2009. (. . .))*. (American Conc. All., LLC, The S.-R. Culturolog. Society, the Humanities Center of the K. S. U. C. & A.; Sine Publishing House) New York/Paris/and other, 2010. Pages 72—85. ISBN 978-1-60585-156-3.

5. PODGÓRECKI, J. *Sowremiennyje kantrawersji socjalnej komunikacji*. (Izdatielstwo S. Lawrowa) Brest, 2004. 196 stron.

6. ORBAN LEMBRYK, L., & PODGÓRECKI, J. *Atrybucje Psychologii Społecznej: Podręcznik Akademicki*. (Pańswtowy Uniwersytet Przykarpcki, Uniwersytet Opolski) Ivano-Frankowsk/Opole, 2010. 418 stron. ISBN 978-83-92-20-91-9-5.

A.A. Мельниченко

СИМВОЛИЧЕСКИЕ РАЗМЕРНОСТИ ЖИЗНЕННОГО МИРА

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Конститутивные принципы и институты, учреждающие соответствующие режимы и правила жизненного мира не возможны без символических размерностей. В последнее время становится необходимым знание о конкретных символических институтах культуры и о способах какими учреждаются их ценности и целостности.

В современном социокультурном пространстве скорее, можно обнаружить «вдруг» отсутствие символического, чем его внезапное присутствие. Процессы десимволизации, разволшебствования реальности, демистификации и демифологизации сущего естественны для Западной Европы. Но все же не смотря на глобализацию, мы живем в христианской цивилизации. Десимволизация не уничтожает принцип конституирования жизненного мира, но изменяются концепты символических режимов. Ценность теологических трансценденций вызывает аллергию у некоторых социальных групп, забывших, что и их «Время» запущено в «Истории» вполне определенным теологическим «Событием». Предлагаемые взамен трансценденции «новых либеральных ценностей» не менее репрессивны, поскольку имеют такую же волю к власти, десименируют те же самые небезобидные способы обслуживания своих концепций «Родины», «Порядка», «Свободы», «Истины», «Справедливости».

Выделим способы разворачивания символических стратегий жизненного мира.

1. Символические устройства, как способы конструирования праочевидностей жизненного мира.

В третьей критике И.Канта предлагается описание символического способа работы сознания, как одной из функции интуиции:

«...символическое есть лишь разновидность интуитивного.

Интуитивный способ представления может быть разделен на схематический и символический. Оба эти способа представления гипотипозы, т.е. изображения (*exhibitiones*), а не просто характеристики (*Charakterismen*), т.е. обозначения понятий посредством сопутствующих чувственных знаков, которые не содержат ничего принадлежащего к созерцанию объекта, а служат лишь средством репродуцирования по присущему воображению закону ассоциации, тем самым с субъективным намерением; таковы либо слова, либо зримые (алгебраические, даже мимические) знаки в качестве выражений для понятий. Следовательно, все созерцания, которые подводятся под априорные понятия, — либо схемы, либо символы; первые из них содержат прямые, вторые опосредствованные изображения понятий. Первые совершают это посредством демонстрации, вторые — посредством аналогии (в ней пользуются и эмпирическими созерцаниями), в ходе которой способность суждения выполняет два дела: во-первых, применяет понятие к предмету чувственного созерцания; во-вторых, применяет правило рефлексии об этом созерцании к совершенно другому предмету, для которого первый только символ. Так, монархическое государство, если оно подчинено внутренним народным законам, представляют в виде одушевленного тела, если же в нем господствует единичная абсолютная воля — просто как машину (например, ручную мельницу), но в обоих случаях это представление символично. Между деспотическим государством и ручной мельницей, правда, нет сходства, но сходство есть между правилом рефлексии о них и об их каузальности» (Кант И. Сочинения. В 8-ми томах т. Т.5.М. : Чоро, 1994.С. 194).

Таким образом, понятия являются концептами (сборками), которые вбирают и конституируют созерцания по принципу схем или символов, последние же являются аналогиями, т.е. такими устройствами, которые предлагают конкретный и артикулированный способ рефлексии в каждом случае восприятия. Если посмотреть на этот механизм с точки зрения обратной перспективы, то правила для руководства восприятия или для обслуживания феноменальности событий всегда составлены, учреждены символическим или схематическим способом.

Здесь важно обратить внимание именно на то, что любое символическое измерение институализирует порядок рефлексии, поэтому нужно проговорить сначала само понятие институции, учреждения, установления порядка. Институция — это в широком смысле не только социальные институты, но и дискурсивные, символические, семиотические и т.п. институции, а также телесные практики, дисциплинарные пространства, режимы авторитетов и так далее. Примерами здесь могут служить Церковь, Корпорация, Школа, Нация, Род, Родина. Иными словами, термин "институция" связан с актами и процессами учреждения, с теми эффектами, которые отсылают к устройствам, структурным организациям, установлениям. Это — всегда некие смыслы, которые синтетически выражаются латинским словом *institutum*

(от *instituo* - ставлю, выстраиваю, строю, воздвигаю, устанавливаю). Учреждать – также этимологически соответствует установлению очереди, ряда последовательности, постановлению в ряд и созданию серии уже артикулированного, изоморфного сущего. Институирование в виде институциональных актов, или как учреждение, создает интенсивные и в то же время индивидуальные точки, области выделенности в различных феноменальных рядах, определяя фигуративность события и устанавливая границы, регионы феноменов. В этом поле, соответствуя принципу изоморфизма, собирают себя субъекты и коммунальные образования в виде сообществ, общественных групп, этносов, наций и цивилизаций. «Институции в аналитическом опыте обслуживают устройства идентификации, устанавливая, учреждая очевидности как далее нередуцируемые предельности аналитики феноменальности. С другой стороны, они обеспечивают регулярное воспроизводство, повтор очевидностей. Повтор является операцией полагания и удержания "того же самого" в сериях, которые сопровождаются запуском устройств подтверждения аутентичности этого "того же самого" и институируют смыслы, которое предшествует любым актам конституирования и синтеза. В качестве примера можно привести институции, наличествующие в русском языке: шесть падежей. Если мы не будем пользоваться шестью падежами, мы не будем говорить по-русски» (Сухачев В. Ю. Национальная идентичность - теория и реальность. СПб.: Гражданская инициатива, 1999. С. 30-37).

2. История как пространство символических доменов действительности.

При разворачивании маршрутов аналитики в прошлое, нельзя не отметить возрастающую интенсивность символических институций в диахронических зазорах между эпохами, в ситуациях тектонических сдвигов цивилизационных пластов. Процессы десимволизации, переоценки ценностей предшествуют новой мифологизации сущего. Создание новых мистических и метафизических проектов, возрождение давно канувших в Лету старых мистицизмов говорит о возрастании интуитивного способа обслуживания и артикуляции жизненных миров, преобладании интуитивного над дискурсивным. Закат архаики и начало средних веков – первый взрыв рациональности. Сюрреальность и потусторонность с необходимыми для этих практик символическими переопределениями актуальности совпадают с выступающими на первый план монотеистическими религиями: Христианством, Исламом, Иудаизмом. Дионисий конструирует план имманенции Бога, как видимый человеком Мир, наполненный именами. Но и у него и у других все имена суть знаменья. Весь мир символичен. Порядок рефлексии о внешнем мире строго артикулирован и институализирован. По-сути создается новый порядок вещей, артикулированный культом разума. Но, как известно, культ всегда обслуживает мифологию, а символ непрменный атрибут любой мифологии, зеркало самоидентификации для субъективного и интерсубъективного опыта бытия в мире.

В эпоху Ренессанса символический порядок жизненного мира переоформляется по-новому. Появление наций и государств свидетельствует о формировании новых смыслов и способе их институализирования. Не смотря на авторитет стерильной

рациональности, индивид втягивается в ситуацию нации с помощью процессов, которые иррациональны по своей сути. Какие практики позволяют осуществлять такие процессы в век просвещения всего сущего светом естественного разума? Интерсубъективный опыт в этом измерении имеет дело с феноменом масс. Каким образом формируются смыслы и установки массового сознания, и какие интенсивности порождаются в подобном коммунальном теле невозможно исследовать без понимания работы институций не только дискурсивных и социальных, но и символических.

О.Д. Шипунова, А.М. Бунеева

ЖИВОЕ ЗНАНИЕ И ПРОБЛЕМА СВОБОДЫ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Одна сторона проблемы свободы в контексте информационного общества как общества знания имеет явно выраженный коммуникативный характер, поскольку связана с распространением знания как общественно-культурного достояния и ограничением его доступности, в соответствии с кодированием доступа и различными уровневными программами образования. Приоритет знания как экономической ценности не вызывает сомнения в отношении научно-технического знания, содержание которого формализовано и объективировано. Такого рода позитивное знание не является и не может быть собственностью отдельного человека, поэтому и представление об интеллектуальной собственности и ее юридическое оформление оказывается весьма неопределенным и неоднозначным. Известная практика патентования и лицензирования, фиксируя конечный результат как интеллектуальный продукт, ограничивает доступ к новой идее и новому знанию.

Другая, менее явная сторона проблемы свободы имеет характер экзистенциальный, поскольку связана с тем фактом, что в качестве источника экономической стоимости стал фигурировать интеллект как живое знание индивида. Спрос на формы «живого знания», которые не являются предметом обучения и относятся к культуре повседневности, как необходимое, если не главное дополнение к профессиональным знаниям, умениям и навыкам, подчеркивают современные практики и социологи. В таком ключе охарактеризовал кадровую позицию концерна DaimlerChrysler начальник отдела кадров Норберт Бензел, утверждая, что сотрудники составляют часть капитала предприятия, их мотивация, гибкость, способность к новаторству, ориентация на клиента – сырье, из которого создаются новые продукты

в виде услуг. Достижения работника все чаще измеряются не присутствием на предприятии, а достигнутыми целями. Поскольку при оказании услуг значительную роль играет компонент поведения, все больше в оценке учитывается социальная и эмоциональная компетентность. Материальный труд, несмотря на львиную долю в производственном процессе, оказывается «подчиненным моментом» по отношению к труду нематериальному, который «базируется не на научно-технических знаниях исполнителей, а, скорее, на их способности общаться и кооперироваться с другими» [2; 1, с.23-24, 26].

Все это усложняет проблему планирования и организации эффективной профессиональной коммуникации, выдвигая на первый план не только мотивацию профессионального действия (что само по себе уже составляет сложную социально-психологическую задачу, за которой стоит определение и наращивание комплекса компетенции), но и экзистенциальные процессы самоопределения. В ближайшей перспективе постиндустриальной эпохи полагается, что работники должны привносить в производственный процесс весь свой культурный багаж, приобретенный в играх, занятиях спортом и других формах самодеятельности, самообучения, самосовершенствования. Введение в систему экономической оценки фирмы человеческого капитала в идеале нацелено на капитализацию всестороннего развития личности, на весь процесс человеческой индивидуальной жизни, подчеркивая в требованиях конкурсного отбора кадров такие способности как высокая обучаемость, живость ума, способность к импровизации и кооперации. Выдвигая в качестве важнейших факторов создания стоимости не затраченное время, а компонент поведения и мотивацию, фирмы все больше распоряжаются ими как своим «человеческим капиталом». Так, вопрос о том, как капиталу завладеть человеком целиком, решается отменой фиксированного оклада и введением самопредпринимательства [1, с.13, 26-27].

В теориях самопредпринимательства принцип свободы, провозглашенный в либеральной идеологии, приобретает новые оттенки и отчасти приходит в противоречие с другими принципами классического либерализма, а именно с принципом частной собственности и свободой предпринимательства. Согласно Л.фон Мизесу, отличительная черта социальной теории либерализма - постулирование способа достижения общественного блага и всеобщего счастья при помощи частной собственности на средства производства и рыночного механизма свободной торговли [3, с.188]. Метаморфоза принципа свободы в условиях информационного общества связана с новыми требованиями конкуренции, в которых «отношение к самому себе и к другим мыслится исключительно в модусе денег» [см.: 5, с.136, цит.по: 1, с.35]. В эпоху тотальной конкуренции личность сама должна рассматривать себя как рабочую силу, постоянный капитал, требующий непрерывной модернизации, и на первый взгляд без внешнего принуждения. Приставка *само-* в неолиберальном контексте становится важнейшим требованием к основной форме рабочей силы: самоуправление, самоорганизация, самостоятельная ответственность, а также самообразование, самосбыт и самореклама [4]. Вся жизнь человека превращается в

работу и сбывается на рынке. Конкурентная борьба вынуждает каждого принимать давление логики рыночного сбыта за собственную внутреннюю мотивацию. «Жизнь становится самым дорогим капиталом», - замечает А.Горц [1, с.35].

Утверждая, что будущее принадлежит самопредпринимателям, число которых среди трудящихся неуклонно растет в Великобритании, Италии и Швеции, сторонники этих теорий не говорят об опосредованной тотальным рынком зависимости каждого потенциального работника от корпораций и монополий, которые формулируют вроде бы объективные требования к содержанию человеческого капитала, дают работу (и следовательно, материальное обеспечение) или не дают. Непостоянство заработка, необходимость самообучения, безработица и поиск работы образуют своеобразную фоновую неопределенность в отношении личной свободы в концепциях свободного труда и самопредпринимательства.

Установка на свободный труд в либеральном обществе прикрывается видимостью устранения наемного труда, отсутствием постоянного рабочего места, свободой перемещения в пространстве и времени, видимой свободой распоряжаться собой и своими знаниями. Место, средства и методы выполнения работы, ведущие к запланированному результату, не предписываются. Целевой характер руководства фирмой, предполагая свободу от инструментария и дисциплинарного действия на работе, в то же время неявно предписывает самоорганизацию и мобилизацию сил и времени индивидуума в определенном направлении без отпуска и выходных. Следование принципу оплаты по эффективному результату превращает жизнь человека в сплошную работу. Тотальная мобилизация всех своих сил и всей своей жизни на уровне мотивации, которая генерируется требованиями тотальной конкуренции – перспектива свободного труда, которая требует от трудящегося самому заботиться о рентабельности своего труда. Эффективность же сотрудника определяется только и прежде всего по той прибыли, которую он принес фирме.

Идея человеческого капитала как производительной силы была высказана К.Марксом еще в Экономических рукописях 1857-1858 гг. Введение и обоснование человеческого капитала в качестве экономической категории позволило Теодору Шульцу получить в 1979 году Нобелевскую премию по экономике. Утверждая, что благосостояния людей зависит не от земли, техники или их усилий, а скорее от знаний, он выделил новый качественный аспект экономики, связанный с потенциалом образования и обозначил его как «человеческий капитал». В контексте информационного общества речь идет уже о человеческом ресурсе как средстве производства, который, согласно либеральной доктрине, должен быть в частной собственности.

Капитализм постмодерна в информационную эпоху характеризует использование нематериального капитала, который называют «человеческим капиталом», «капиталом знаний» или «интеллектуальным капиталом». По сути, «то, что предприятия рассматривают как «свой» человеческий капитал – на самом деле бесплатный ресурс», который сам по себе возник и продолжает сам себя производить и развивать, - констатирует А.Горц. «На место наемного рабочего, получающего

зарплату, приходит трудящийся – предприниматель, который приглашен сам заботиться о своем образовании, повышении квалификации, медицинском страховании и т.д. На место эксплуатации заступают самоэксплуатация и самосбыт «человек-предприятий», бесчисленных «Я-АО» [1, с. 13].

Подчеркивая не абсолютную индивидуальность человеческого ресурса, онтологическую включенность индивида в сообщество, А.Горц, тем не менее, отмечает, что «общество и его составляющие не могут производить самостоятельных субъектов. Они могут лишь создавать и воспроизводить рамки, в которых субъекты в ходе социализации производят самих себя, используя язык и жесты, образцы понимания и модели поведения, принятые в культуре и обществе. Никакая институция не может за индивида выполнить работу обучения, овладения навыками и становления» [1, с.28].

Постиндустриальное экономическое требование касается именно внутреннего источника интеллектуального движения - мотивации, предписывая каждому работнику «субъективность», которая традиционно ассоциируется со свободной самореализацией личности. Под интеллектом как главной характеристикой субъективности в данном случае имеют в виду спектр индивидуальных качеств: «от способности суждения и различения до душевной открытости и обучаемости новому, включая сюда и способность связывать новое с уже наличным опытным знанием». Поэтому общество знания трактуется как «интеллектуальное общество» («knowledge society») [1, с.23, 25]. Однако в условиях общества знания свободный по определению индивид, ориентированный на ценность свободы выбора, попадает в разряд средств производства со всеми его эмоционально-интеллектуальными способностями и смысложизненным миром.

Литература:

1. А.Горц. Нематериальное. Знание, стоимость и капитал. М.: Изд.дом Гос.ун-та – Высшая школа экономики, 2010. -208с
2. Материалы Международного конгресса «Gut zu Wissen. Links zur Wissensgesellschaft». А.Poltermann (Hg.). Münster: Westfälisches Dampfboot, 2002
3. Мизес Л.фон. Либерализм. М.: ООО «Социум», ЗАО Издательство «Экономика», 2001. – 239с.
4. Lévy P. World Philosophy. P.: Odile Jacob, 2000. P.84-86
5. Méda D. Qu'est-ce que la richesse? P.: Aubier, 1999. P.129-139

МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ ЛИЧНОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ И СЕТЕВОМ ОБЩЕСТВЕ

*Чебоксарский кооперативный институт (филиал) Российского университета
кооперации*

Существуют десятки понятий, предложенных для обозначения отдельных признаков современного общества. Согласно концепциям американских социологов Э. Тоффлера и Д. Белла [1], современное общество, сделавшее рывок в науке и технике, в результате чего произошли глубинные сдвиги во всех сферах жизни общества, носит название постиндустриального общества. «Развитое постиндустриальное общество» Запада обозначается понятием «информационное общество», ключевым элементом которого являются коммуникации [2]. В социологической и философской литературе широко используется понятие «сетевое общество», которое появилось благодаря М. Кастельсу. Он определяет «сетевое общество» как специфическую форму социальной структуры, формирующейся вследствие смены способов производства и внедрения производственных отношений нового типа [3].

Академик В.С. Степин рассматривает современность как «техногенную цивилизацию». Техногенный тип цивилизации характеризуется развитием научных знаний, внедрением их в технико-технологические процессы. Возникает новый тип развития, основанный на ускоряющемся изменении природной среды, предметного мира, что приводит к активным трансформациям жизни людей. В отличие от традиционного общества с замедленными темпами социальных изменений, где приоритет отдается традициям, образцам и нормам, аккумулирующим опыт предков и их мировоззрение, техногенное общество приоритет отдает инновациям, оригинальности, всему новому [4]. Человек техногенного общества характеризуется как активное существо, которое находится в деятельностном отношении к миру, направленном на преобразование внешнего мира, природы. Такая мировоззренческая установка в техногенном обществе воспринимается как главное предназначение человека. Человек техногенной культуры понимает природу «как упорядоченное, закономерно устроенное поле, в котором разумное существо, познавшее законы природы, способно осуществить свою власть над внешними процессами и объектами, поставить их под свой контроль. Надо только изобрести технологию, чтобы искусственно изменить природный процесс и поставить его на службу человеку, и тогда укрощенная природа будет удовлетворять человеческие потребности во всех расширяющихся масштабах» [4]. Одним из приоритетных в системе ценностей техногенного общества становится личность суверенная, автономная, творчески активная и креативно деятельностная.

Социологические исследования, проведенные Институтом социологии РАН по проблемам модернизации российского общества, показывают, что современный человек в большой степени ориентирован на эффективность, инициативу, конкурентность, индивидуалистические установки мотивации успеха [5]. Самым распространенным критерием жизненного успеха для современного человека является семейное благополучие. В фокусе его внимания главным образом – собственные интересы. Особенно это касается тех, кто принадлежит к наиболее успешным в материальном отношении слоям населения. В обществе формируется новая модель ценностей, прагматизма, экономической рациональности. Современный человек окутан сетью деловых контактов, привязан к трубке мобильного телефона, средством социальных связей становятся сообщения по электронной почте, короткие SMS-сообщения, односложные деловые ответы по мобильному телефону. «Чтобы быть включенным в жизнь сетевого общества, он должен занимать правильное место среди потоков сообщений и выстраивать сложные коммуникативно-деятельностные конфигурации. Ему приходится много перемещаться, решать много разноплановых задач, перерабатывать большие объемы информации, порою – ценой колоссальных физических и психологических перегрузок» [6].

Человечество в XXI веке оказалось в парадоксальной ситуации: достигнув небывалого расцвета, поставив науку на службу человеку, оно оказалось на пороге самоуничтожения. Это немного напоминает миф о Вавилонской башне: люди начали строить величественную башню для того, «добраться до небес», и тогда Бог разрушил их замыслы, послав на них «вихрь» и дав каждому племени по языку. С тех пор процесс обмена информацией и социального взаимодействия стал для людей более сложным. С изобретением компьютерных технологий коммуникативный процесс охватывает все большее количество взаимодействующих, информация обрабатывается интенсивнее, в несоизмеримо больших объемах, чем раньше. Современные коммуникационные технологии способствуют возникновению совершенно нового качества социальной коммуникации, которая превращается в стратегический ресурс развития.

Примечания:

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – Москва: Академия, 1999.; Тоффлер, Э. Третья волна – Москва: АСТ, 2004.
2. Мартин, У. Дж. Информационное общество // Теория и практика общественно-научной информации. Ежеквартальник / АН СССР. ИНИОН. - М., 1990. – №3. – С. 115–123.
3. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
4. Степин, В.С. Цивилизация и культура. – СПб.: СПбГУП, 2011. – 408 с.
5. Горшков, М.К. Социальные факторы модернизации российского общества с позиций социологической науки // СОЦИС, №12(320), 2010. – С. 30-41.
6. Назарчук А.В. Сетевое общество и его философское осмысление // Вопросы философии. - №7. – 2008. – С. 61-75.

ТВОРЧЕСТВО ЛИЧНОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Днепропетровский областной институт последипломного педагогического образования

В конце XX столетия человечество вошло в стадию развития, которая получила в работах философов и социологов название информационного общества. Производя анализ эволюции в развитии способов передачи информации, а следовательно и знаний, следует выделить: знак, язык, письменность, печать, радио, фото, кино, телевиденье, Интернет. Манифестация канадского философа Маршала Маклюэна «Смена исторических эпох определяется сменой коммуникационных технологий» нашла свое подтверждение в современном обществе, где активное распространение информационно-коммуникационных технологий влечет за собой трансформации во всех его сферах. Особое значение приобретает проблема творчества, потребность в изучении которой вызвана, с одной стороны, бурным развитием научно-технического прогресса, который требует от личности способности творчески воспринимать изменения, с другой – заинтересованностью производителей в возможностях управления и стимулирования процессов творчества.

Своеобразным трендом современной научной мысли является переход от узкоспециализированного взгляда на личность и творчество (культурологического, психологического, социального, исторического) к глубокому философскому осмыслению, которое свидетельствует о более зрелом философском сознании и рефлексии.

Рассмотрим как трансформируется философский взгляд на творчество в условиях становления информационного общества.

Важное место в проблематике творчества принадлежит категории «новизны», как одного из критериев творчества. Сегодня нет практически ни одного определения творчества, где бы так или иначе не шла речь о новизне. Во Всемирном Докладе ЮНЕСКО «К обществам знания» авторы обращают наше внимание на то, что в современном мире беспрецедентно повышается роль неизвестного, перемены, нового. Рассмотрим определение творчества как процесса «создания социально-значимого нового». Здесь затронуты аспект процессуальности, аксиологический, социокультурный аспекты и собственно продуктивные, касающиеся результат творчества. С точки зрения философского понимания материи, абсолютно нового (старого) нет в той же степени, в которой все есть новым (старым). Ибо способ существования материи есть постоянное движение в диалектическом противоречии (движение, деятельность, творчество) – по-сути, процес перманентного обновления, именно поэтому столь неуловимо содержание «новизны» в философском смысле. Оно обретает смысл только в пределах человеческой культуры. Таким образом, «новизна»

является постоянной и ничто не может быть рассмотрено как «не-новое». С другой стороны, в коммуникативной социокультурной реальности «новизна» не может быть абсолютной, т.к. является отпечатком антропологических анонимных структур и рождается в процессе творчества «второго порядка». Творчество может быть интерпретацией, компеляцией. Исследования в этой области едины во мнении, что ответ на этот вопрос следует искать не только и не столько во внешних проявлениях (создании оригинальных, новых продуктов творчества), сколько в глубинных внутренних трансформациях личности в процессе творчества[1]. Эта мысль созвучна идеям теологического антропоцентризма Николая Бердяева, который писал: «Личность может быть понята лишь как акт, она противоположна пассивности, она всегда означает творческое сопротивление... Творческий акт всегда связан с глубиной личности... Ни один человек не может считать себя законченной личностью...Личность творит себя на протяжении всей человеческой жизни[2].

Рассматривая творчество, как наиболее сложную форму деятельности, высший уровень познания и освоения мира человеком, следует отметить те положительные и отрицательные изменения, которые влекут за собой широкие технологические возможности информационного общества.

Увеличение количества информации и возможность доступа к ней изменяет задачи личности: нет необходимости запоминать. Возникает новый вид деятельности связанный с *творческой, критической обработкой информации и превращении ее в знания*. Задачей творческого восприятия информации является создание собственной картины мира на основе полученных данных.

В начале XXI столетия человечество столкнулось с острым противоречием между лавинообразным характером обновления информации и знаниями, умениями, представлениями, которые были получены ранее. В Соединенных Штатах Америки даже принята единица старения знаний специалиста – своеобразный «период полураспада компетентности». Сегодня он составляет около 4-х лет. Необходимость обновлять знания возникает каждый раз, когда человек сталкивается с новациями в личной и профессиональной жизни. Решением этой проблемы является *образование на протяжении всей жизни, готовность к инновациям – творческий путь личности в освоении реальности и преодолении «шока будущего», способ адаптации к изменчивости мира*. Еще в 60-е годы XX столетия Э. Тоффлер писал: «Для того, чтобы существовать в обществе, которое быстро меняется, и идти в ногу с переменами, индивид должен пересматривать свой набор образов сос коростью, которая бы коррелировала скорости этих изменений»[3]. В нынешнем информационном обществе изменения происходят так быстро и безвозвратно, что даже наиболее одаренные и образованные члены общества соглашаются, что управлять лавиной новых знаний даже в очень узкой области становится очень сложно. Новые знания или расширяют, или зачеркивают старые. И в том, и в другом случаи человек должен пересматривать свой набор представлений, переучиваться. В подобных условиях образование приобретает характер творчества. А творчество – как освоение реальности носит постоянный процессуальный характер.

Вооруженность сложнейшими техникой и технологиями позволяет личности получить доступ практически к любой информации, интеллектуальному и культурному потенциалу, накопленному человечеством. С одной стороны, это обуславливает диалогичный характер творчества. С другой стороны, благодаря новейшим технологиям процесс творчества становится освобожденным от рутинных операций и доступным для большого количества людей. Феномен доместификации медиа, который с интересом исследуют многие ученые, сегодня приводит к развитию массового, аматорского творчества с использованием традиционных и новейших, мультимедиа. Наряду с этими положительными следствиями нужно перечислить и такие отрицательные явления как цифровое неравенство, которое значительно снижает возможность творческой самореализации. Здесь же возникает проблема взаимодействия Человека и Машины в процессе творчества. Высокая технологичность опосредованность творчества в информационном обществе вызывает сомнения в истинном авторстве Человека, а также порождает ограничения его творческого полета, инициативы и разнообразия по мнению некоторых исследователей[4]. Увлеченность технологиями может привести к потере этических основ, потере собственной самооценности. Новые виды сверхтворчества возрождают вопрос о Сверхчеловеке. Возможность множественного воспроизводства, тиража, создания симулякров снижают ценность объектов реального мира, искажают мировосприятие. Например, геновая инженерия ставит перед человечеством этическую дилемму богоподобного творчества.

В традициях постмодернизма получила свое развитие идея о равноправном взаимодействии автора и реципиента в процессе творчества. В информационном обществе эта тенденция закрепилась благодаря растущему количеству коммуникаций и привела к возникновению новых видов творчества и новых форм авторства. Здесь следует отметить открытость творческого процесса, «субъект-субъектное» взаимодействие автора и реципиента, фактически их творческий диалог, соавторство, коллективное творчество.

Последнее время ведется много исследований природы и характера творчества в медиaprостранстве, с использованием новейших медиа технологий. Медиaprостранство как часть социального пространства, в котором общество саморепрезентует себя, одновременно является социальной и культурной системой, которая создает условия для новейшего творчества человека – *медиатворчества*. В современном медиaprостранстве продуктом производства является информация и само творчество как таковое. С помощью современных медиатехнологий создается новая реальность, которая существует независимо от реальности объективной. Внедрение человека в медиaprостранство вызывает необходимость поиска точек соприкосновения в проблематике медиафилософии, медиалогии, медиаобразования.

Задачей медиафилософии и философии медиатворчества является изучение диалога «человек – медиа», понимание места личности в медиaprостранстве, особенностей коммуникации посредством медиа и осуществления творчества в новой медиареальности[5]. Исследование творчества человека в медиaprостранстве

осуществляется в нескольких направлениях: изучение особенностей творчества, определение специфических видов медиаторчества, способов создания новой реальности в Веб-среде. Большинство из них осуществляются с точки зрения культурологии, искусствоведения, эстетики, в социокультурном контексте, в рамках психологической науки. Определены особенности медиаторчества, такие как: расширение содержания понятия «автор» (индивид; сообщество людей, имеющих непосредственные контакты; сообщество людей, которые имеют исключительно сетевые контакты, «автор», созданный в киберпространстве, который и сам является продуктом творчества); мультимедийность средств выразительности, возможность создания трехмерного окружения; воспроизведение реального общества и его социально активных индивидов с присущим социальными и творческими способностями в сети Интернет, создание E-2 общества; осмысления и пересоздание реальности в виртуальной культуре. [6] Пользуясь предварительными определениями, можно сказать, что медиаторчество в современном философском звучании - процесс практического пересоздания мира в медиапространстве, утверждения человека как существа общества E-2 в медиареальности. Медиаторчество - историческая активность людей в медиапространстве, истинный смысл эпохи информационного общества, которая расширяет границы возможностей их развития во взаимодействии с медиа. «Серьезный художник - единственный, кто способен без вреда для себя, встретиться с технологией лицом к лицу, и именно потому, что он является экспертом, который осознает изменения в чувственном восприятии. Художник - это человек, который в любой, то научной, или гуманистической, уже сейчас осознает последствия своих действий и нового знания. Это человек с интегральным сознанием. Художник способен скорректировать чувственные пропорции прежде чем удар новой технологии парализует процедуры сознания.»[7]

Итак, сегодня творчество проникает в новые для себя сферы, переживая трансформации и потрясения. Взаимодействие с этими отраслями порождает освоение новых пространств деятельности, самовыражения и познания – от медиапространства до геномной инженерии. Сохранить культурное многообразие можно, только разработав инструменты творчества, соответствующие императивам и этическим канонам каждой культуры в отдельности, отвечающие ее созидательному гению. Творчество и инновации – ключ к будущему наших обществ и нашего вида.

Литература:

1. Койнова Г. Н. Социокультурные и культурно-антропологические основания творчества в коммуникативной парадигме исследования// Автореф.дис. на соискание уч.степени кандидата культурологи: спец. 24.00.01 Томск, 2008 – 23,[1] с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : URL <http://www.dissercat.com/>.
2. Бердяев Н.А. Проблема человека. К построению христианской антропологии [Текст] / Бердяев Н.А. Самопознание / Николай Бердяев. – Л.: «Лениздат», 1991. С. 341-366.
3. Тоффлер Э. Шок будущего. [Текст] / Элвин Тоффлер; перевод с англ. Е. Руднева; Л.Бурмистрова; К. Бурмистров; И. Москвина-Тарханова; А. Микиша; А. Мирер;

- В.Кулагина-Ярцева; Н. Хмелик; Е. Комарова [предисловие. П. С.Гуревича] - М.: ООО "Издательство АСТ", 2002. - 557 [3] с.
4. Брод, К. Техностресс: человеческая цена компьютерной революции [Текст] / К. Брод // Перспективы информатизации общества.- М., 1991.
 5. Медиафилософия: формирование дисциплины. // Медиафилософия.Основные проблемы и понятия. / Под. ред. В. В. Савчука. — СПб., Изд-во Санкт-Петербургского философского общества. 2008. С. 7-39.
 6. Югай И.И. Компьютерная игра как жанр художественного творчества на рубеже XX-XXI веков// Автореф.дис. на соискание уч. степени кандидата искусствоведения.: спец. 17.00.09 «Теория и история искусства». Санкт-Петербург , 2008. 226,[1] с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : URL: <http://www.dissercat.com/>
 7. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. — 464 с.
 8. Всемирный доклад ЮНЕСКО «К обществам знания» / ЮНЕСКО 2005 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : URL:<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001418/141843r.pdf> - К обществам знания

Д.С. Быльева

ЗНАЧЕНИЕ ЗНАКОВ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ В СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Вступая в общение посредством компьютерных коммуникаций, человек сталкивается с необходимостью как-то обозначить себя. Ситуация, диктующая необходимость с помощью знаков обозначить собственную идентичность, а не продукт деятельности или право собственности, в истории встречалась не так часто. Примером такого использования знака могут быть гербы, впервые появившиеся именно как средство опознавания для одинаково закованных в латы рыцарей. Визуальные знаки, обогащавшиеся все более сложным смыслом, позволяли не только определить, кто этот рыцарь, но и получить информацию о его роде и положении.

В сетевой коммуникации знаки самоидентификации выступают как "заменители" всего того, что помогает нам составить первое впечатление о человеке при межличностной коммуникации (имя, отчество, фамилия, возраст, статус, этническая принадлежность, внешний вид, одежда, жесты, походка и т.д.), поэтому их роль значительна. Тем не менее, для разных интернет-пользователей их важность различна. Одни продумывают ник и аватар до мельчайших смысловых оттенков, другие довольствуются любыми производными от собственного имени и понравившейся картинкой. Причем из двух составляющих более стабильной является вербальная, поскольку именно на нее опирается регистрация, то есть появление в новой коммуникационной среде, а визуальная может регулярно меняться.

Особенностью информационной "непостоянной" эпохи является легкая смена собственного знака. Если гербы существовали веками и передавались из поколения в поколение, то срок жизни аватар может составлять всего несколько часов и зависеть от сиюминутного настроения владельца или происходящих событий. К тому же для участия в разных форумах, блогах, чатах и других типах виртуального общения человек может выбирать себе различные знаки, отражающие специфические стороны его индивидуальности. Показателен и сам термин¹, использующийся для обозначения визуального идентификационного знака в сети. Он свидетельствует о том, что знак не случаен, а является "представителем" человека в электронном сообществе, на который должны ориентироваться виртуальные собеседники.

Идентификационные знаки в современном киберпространстве как правило представляют собой маску, которую человек "одевает", вступая в то или иное коммуникативное сообщество. В сетевой коммуникации можно предстать кем угодно: зверем, камнем или известным персонажем. В отличие от образов, используемых в гербах, аватары не поддаются формальному толкованию. Будучи чаще фотографиями, чем рисунками, аватары содержат множество смыслов, из которых можно подчас выявить наиболее важные для понимания личности черты. Наиболее "прозрачными" в этом плане являются различные персонажи, обладающие определенными известными свойствами, которые прямо или опосредованно переносятся на обладателя аватара. Животные – достаточно красноречивые символы, и их понимание не слишком отлично от общепринятого геральдического. Допустим, лев – в классической европейской геральдике эмблема гордости, мужества и храбрости [1]. Другое дело, если на аватаре представлен, например, пейзаж, космос, картинка с философским смыслом. В этом случае, определить черты человека оказывается затруднительно. Однако само присутствие такой аватары говорит о том, что за ней скрывается личность, не желающая раскрывать себя, стремящаяся обсуждать общечеловеческие, а не личные проблемы.

Проведенное нами исследование показывает, что активные интернет-пользователи могут определить главные коммуникативные черты людей, скрытые за никами и аватарами. При этом собеседники опираются обычно на совокупное впечатление от ника и аватара, в большей степени полагаясь на тот из компонентов, который более информационно насыщен. Тем не менее, сетевые жители могут скорее определить одну коммуникативную черту интернет-образа, чем составить целостный портрет собеседника [2, с.45-48].

Литература:

1. Похлебкин В. Словарь международной символики и эмблематики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/pohl/11.php
2. Быльева Д.С. Оценка коммуникативных качеств виртуального собеседника на основании ника и аватара// Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований, 2012, №3, с.45-48

Примечание:

¹Аватар – в индуистской мифологии нисхождение божества на землю, его воплощение в смертное существо ради выполнения важных задач.

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ЛИЧНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

Работа выполнена в рамках реализации ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009 – 2013 годы

Коммуникация является особой сферой человеческой деятельности: в ней наиболее полно и отчетливо актуализирована взаимодействующая когнитивных, коммуникативных и социальных процессов. В настоящее время в этой сфере происходят изменения, которые вызваны динамичным процессом глобализации и взрывным распространением электронных, кабельных и спутниковых технологий для передачи, хранения и мультипликации информации, характеризующейся принципиально новыми качественными и количественными параметрами.

Отмеченные изменения способствуют формированию информационного общества. Однако для более точного и полного обозначения условий глобализирующегося мира, на наш взгляд, возможно использование термина «информационно-коммуникационное общество» (ИКО), в котором все социальные процессы замыкаются на коммуникацию. Возникновение ИКО является закономерным результатом эволюции человеческой когниции, вследствие чего происходит преобразование мирового сообщества в единое целое, а технологии, лежащие в основе ИКО, оказывают беспрецедентное влияние на индивидуальное сознание. Медийная информация становится основополагающим фактором формирования картины мира современного человека. Существенная интенсификация информационных процессов, новых знаний и технологий многократно увеличивают коммуникационные возможности индивидов, способствуют появлению новых ментальных структур, адаптирующих восприятие мира индивидом. В этих условиях стремительно возрастает роль духовного и интеллектуального развития индивидов, реализуемого через свойство полиментальности как уникального интегративного механизма необходимого для осуществления эффективной коммуникации. Процессы слияния этнокультурных сообществ и эффективность взаимодействия детерминируются тем, что возникают специфические когнитивные структуры, ментальности, которые ведут к сближению сознаний представителей различных этнокультурных, национальных и социальных групп и служат одним из факторов глобализации мировых процессов.

В последнее время современное информационно-коммуникационное пространство трансформировалось в информационную структуру, обеспечивающую неуклонный рост объемов предназначенной для индивида информации, образующую виртуальную реальность, что обуславливает интенсификацию интегративной

деятельности мозга индивида, влечет коренные изменения в имеющейся картине мира. Как следствие, особенно остро встает проблема обеспечения информационно-коммуникационной безопасности (ИКБ) личности – состояния защищенности индивидуального сознания от воздействия информационных факторов, вызывающих дисфункциональные психо-эмоциональные и социальные процессы в условиях межкультурного и внутрикультурного взаимодействия.

Таким образом, комплексность содержания мышления индивидов детерминирована двумя факторами: усложнением глобальных процессов и ростом объемов поступающей информации. В связи с вышеизложенным, отметим, что в условиях, когда информационно-коммуникационная сфера становится важнейшей матрицей развития мировых коммуникаций и взаимодействия, необходимо выявить и понять механизм функционирования данной матрицы. Очень важно обеспечить безопасность не просто за счет закрытия информационного канала, а достичь информационно-динамического баланса между потребностью в свободном обмене информацией и допустимыми ограничениями его вредного воздействия.

М.В. Кондратьева

СОЦИАЛЬНО ЖЕЛАТЕЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СТРУКТУРЕ СОВРЕМЕННОГО МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Ставрополь, Северо-Кавказский федеральный университет

В современном обществе важным фактором успешного и эффективного социального взаимодействия является соответствие поведения человека системе групповых норм и ожиданий. При этом процесс взаимодействия регламентируется большим количеством предписанных правил. Причем лишь некоторые из них содержатся в строгих формулировках формально прописанных норм. Большая часть данных правил отражена в системе социальных представлений, характерных для каждой конкретной группы индивидов. А именно, членам группы (общества), занимающим определенную социальную позицию, выполняющим ту или иную роль, другие взаимодействующие с ними представители группы предъявляют принятые в данной общности требования, касающиеся форм социального поведения, отношений, установок и т.п. Эти требования приобретают форму ожидания определенного поведения. В свою очередь, социальные ожидания в отличие от официальных предписаний, должностных инструкций и других регуляторов поведения в группе носят неформальный и не всегда осознаваемый характер, отражают степень обязательности, необходимости для общества предписываемой формы поведения, отношений, без которых это общество не может успешно функционировать.

Социальные ожидания имеют трансактный характер: с одной стороны они существуют в виде права ожидать от окружающих поведения, соответствующего их ролевой позиции, с другой – проявляются в обязанности вести себя соответственно представлениям других людей. Соответственно, помимо своих интересов каждый человек в той или иной мере учитывает социальные требования и нормы, выдвигаемые значимой для него группой. При этом для многих людей характерно стремление к получению постоянного одобрения со стороны окружающих, что выражается в более или менее осознанном предпочтении социально желательных способов поведения и самопрезентации.

«Социальная желательность» – (англ. – social desirability) элемент мотивационно-потребностной сферы, характеризующийся тем, что индивид стремится представить себя в наилучшем свете, демонстрируя социально желательные формы поведения. Этот феномен впервые был рассмотрен Э.Л. Эдвардсом (Edwards A.L., 1957). Позднее изучение данного явления получило свое развитие в работах Д.П. Кроуна, Д. Марлоу, 1960; Д. Филлипса, К. Клэнси, 1972; Т. ДиМайо, 1984 и др. Проблематика исследования социальной желательности обширна и достаточно подробно представлена в одной из наших работ [1].

Проявления социальной желательности в поведении человека допускают значительные индивидуальные различия: то, что социально желательно для членов одной социальной группы, не обязательно является таковым для представителей других групп. Также необходимо отметить, что феномен желательности стоит рассматривать только применительно к действиям подростков и взрослых людей. Для ребенка критерий оценки действий окружающими (в первую очередь взрослыми людьми) является важным условием процесса социализации.

Характер социальной желательности в различных ситуациях также может определяться многими особенностями межличностного взаимодействия. Особое внимание необходимо уделить тому, что социально желательное поведение с одной стороны позволяет человеку быть адаптивным, успешнее приспосабливаться к различным условиям; с другой стороны – склонность к демонстрации социальной желательности может свидетельствовать о некоторой конформности, подчиняемости влиянию группы. Соответственно возникает вопрос: «Чем же является социально желательное поведение в современном обществе: показателем адаптивности или признаком конформизма?».

Адаптивная направленность любых поведенческих актов включает в себя процессы приспособления к социальной среде в виде выполнения предъявляемых со стороны общества требований, ожиданий, норм, соблюдение которых гарантирует полноценность субъекта как члена общества. Следовательно, социальная желательность обеспечивает успешность протекания адаптации к условиям профессиональной деятельности и социокультурной среды, а также устойчивость гармоничных отношений с окружением.

Однако необходимо отметить, что стратегия адаптации эффективна и целесообразна только на начальных этапах вхождения в новую среду. В этой связи

В. А. Петровский отмечал, что если рассматривать проблему адаптации глубже, то станет очевидным, что она не должна ограничиваться простым приспособлением и подстройкой к требованиям среды. Необходим механизм, позволяющий преодолеть внешние и внутренние ограничения ситуации, что возможно за счет надситуативной (неадаптивной) активности, которая выступает в явлениях творчества, познавательной активности, «бескорыстного» риска, свободы субъекта и т.д. [2].

Следовательно, социально желательное поведение позволяет экономить время и усилия в процессе реагирования на различные социальные атрибуты, свидетельствующие о конкретном статусе, авторитете человека и заставляющие нас действовать тем или иным образом, т.е. стереотипизирует ситуацию взаимодействия. Однако при этом исчезает осознанность выбора стратегии поведения. К тому же в некоторых случаях даже могут наблюдаться особые проявления «социальной желательности». Индивид демонстрирует социально желаемое поведение постоянно: в любой ситуации, где присутствуют другие люди, независимо от их значимости и от социальной необходимости подобных поступков. Таким образом, во взаимодействии с окружающими человек все время ориентируется на получение положительной оценки. В данном случае можно говорить о проявлениях конформизма, о стремлении соответствовать мнению большинства, поступать как все (при этом не обязательно разделяя всеобщее мнение).

Следовательно, целесообразнее говорить о том, что социально желательные формы поведения могут быть трансляторами самых различных явлений социально-психологического характера. Практически любая ситуация взаимодействия предполагает влияние индивидов друг на друга, влияние группы на индивида и наоборот. Каждый человек не один раз в своей жизни демонстрировал социально желательные формы поведения, подстраиваясь под различные условия действительности.

Соответственно, важным моментом для проведения анализа социально желательного поведения становится не столько описание его взаимосвязей с другими феноменами, сколько определение его детерминант. При этом особую значимость приобретают как ситуационные, так и личностные внутренние детерминанты.

Примечания:

1. Кондратьева, М.В. Проявления феномена «социальной желательности» в поведении современного человека // *Философия, психология и социология в XX I веке: материалы международной научной конференции / под общей редакцией проф. О.И. Кирикова.* – Выпуск XXVI. – Воронеж: ВГПУ, 2012. – С. 59 – 69.
2. Петровский, В. А. *Психология неадаптивной активности.* – М.: ТОО «Горбунок», 1992. – 224 с.

ВЛИЯНИЕ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ГЕРОЕВ НА ЦЕННОСТИ СЕЛЬСКИХ ДЕТЕЙ

Минск, государственное учреждение образования «Академия последипломного образования»

Проблема влияния телевизионного продукта на личность ребенка, на его ценности является предметом серьезнейших дискуссий психологов, педагогов, социологов на протяжении последних десятилетий многих стран, в том числе и Беларуси. Особый интерес вызывает восприятие мультипликационных фильмов сельскими детьми, их эмоциональный отклик на поступки мультипликационных героев. Благодаря цифровому телевидению многим деревенским ребятам стали доступны детские телеканалы (д. Пережир). В 2012 г. 85% сельских детей младшего школьного возраста (62 ребенка) имели возможность выбора предпочтительной детской телепродукции (в 2011 г. – 63%, 75 детей). Также ребята активно смотрят мультики по Интернету (52%).

Любимые мультипликационные фильмы младших школьников разнообразны. Это советские и современные мультики, отечественные и зарубежные. Как показало исследование, зарубежная анимация в детском телепросмотре занимает 69%, отечественная – 31%. При этом, любимых героев у мальчиков больше из зарубежных мультфильмов (65%), чем из русских (35%). В десятку обожаемых ребятами кумиров вошли: «Маша» и «Медведь» (1-е место); «Человек-Паук» (2-е м.); «Том» и «Джерри» (3-е м.); «Волк» и «Заяц» из «Ну, погоди!» (4-е м.); «Чип», «Дейл», «Бэтмэн» (5-е м.); «Черепашки Ниндзя» (6-е м.); «Губка Боб» (7-е м.); «Тачки» (8-е м.); «Шрэк», «Микки Маус», «Алладин» и «Алёша Попович» (9-е м.); «Винни Пух», «Дюймовочка», «Кот Леопольд», «Незнайка», «Король Лев» (10-е м.).

В группе девочек также больше любимых героев из зарубежных мультфильмов (58%), чем из отечественных (42%). Но они, в отличие от мальчиков, больше смотрят «наши» мультики. Любимые герои девочек следующие: «Маша» и «Медведь» (1-е место); «Волк» и «Заяц» из «Ну, погоди!» (2-е м.); «Винкс» (3-е м.); «Том» и «Джерри», «Русалочки», «Братц», «Барби» (4-е м.); «Белоснежка» (5-е м.); «Винни Пух», «Лунтик», «Шрэк» (6-е м.); «Чип», «Дейл», «Рапунцель», «Дюймовочка» (7-е м.); «Герда», «Кот Леопольд», «Незнайка», «Карлсон» (8-е м.); «Мулан», «Тимон» и «Пумба», «Алладин» (9-е м.); «Мойдодыр», «Красная шапочка», «Маугли» (10-е м.).

Основным мотивом выбора этих героев в качестве любимых у мальчиков послужило наличие у них таких черт как: доброта, дружелюбие, сила, смелость, отважность, справедливость, умение летать и спасать, наличие чувства юмора. Девочкам же нравятся их герои за доброту, красоту, модность, заботливость, отважность и за чувство юмора.

Надо отметить, что дети первого и второго классов выбирают героев, оценивая их доброту, веселость, дружелюбие, способность летать и силу. Ребята третьего и

четвертого классов ценят своих мультипликационных кумиров за дружелюбие, трудолюбие, справедливость. Выбор любимых героев четвероклассников основывается на ценностных характеристиках: терпение, уважение, забота о близких, рассудительность, преданность.

Дети стремятся подражать своим героям и хотят быть похожими на них. Наше исследование показало, что как мальчики, так и девочки хотят научиться у «мультяшек» многому. Примечательно, что на первый план вышла духовность (у мальчиков – 25%, у девочек – 29%), а именно ценностные характеристики: доброта, дружелюбие, стремление быть хорошими, спасать и защищать слабых, заботиться о близких, приходить вовремя на помощь, оказывать понимание, сочувствие, уважение, быть терпеливыми, рассудительными, честными и справедливыми.

Далее 17% мальчиков и 19% девочек мечтают обучиться волшебству, превращениям, колдовству и магии. Также дети хотят обладать сверхспособностями. 15% ребят хотели бы научиться быть невидимыми, летать, бегать по стенам, испускать огонь и воду, телепортации, путешествовать во времени, исполнять желания и трансформироваться. Девочки (14%) хотят быть невидимыми, уметь летать, исполнять желания, предвидеть и читать мысли. Настораживает тот факт, что если эти два блока объединить, то страсть к магии окажется выше духовности. Хотя многие дети и упоминают белую магию, однако это не успокаивает.

Также ребята хотят быть: отважными, смелыми, мужественными и храбрыми (мальчики – 12%, девочки – 11%); ловкими (мальчики – 10%, девочки – 3%); обучиться каратэ и драться (мальчики – 5%, девочки – 2%); сильными и побеждать (мальчики – 4%, девочки – 1%); умными и находчивыми (мальчики – 4%, девочки – 7%); хитрыми (мальчики – 4%, девочки – 1%); делать фокусы и трюки (мальчики – 2%, девочки – 1%); быть веселыми и уметь шутить (мальчики – 2%, девочки – 1%); быть в мультике (мальчики – 1%); быть Барби, Русалочкой (девочки – 1%).

Так, очевидно, что мультипликационные герои оказывают неизгладимое впечатление на детей, влияя на личность каждого ребенка. Отмечается негативная тенденция: излишняя увлеченность магией, могуществом, всесильностью «Человека-Паука», модностью и чуждым нашему менталитету романтизмом «Винкс» и «Братц» далека от реальности и способна деформировать формирующуюся личность ребенка.

К ВОПРОСУ О ХАРАКТЕРИСТИКЕ «НОВОГО РЕЦИПИЕНТА» В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Санкт-Петербург, Российский институт истории искусств

Вопрос о «новом реципиенте», потребителе художественной продукции, в первую очередь связан с социокультурными характеристиками бытования данной продукции. Современная культура, в частности, аудиовизуальная со всем набором своих характеристик является системой координат, в рамках которой мы будем рассматривать феномен «нового реципиента». Процессы восприятия артефактов определяются условиями, заданными возникновением информационного общества.

Тенденции, связанные с его возникновением, отразились, в том числе на области художественно-эстетической деятельности. Среди основных тенденций выделим: бурное производство нематериальных продуктов, реализация идеи «мировой деревни» (М. Маклюэн), переход от книжной культуры к новым экранным «интерактивным формам», фрагментарность общества, мозаичность культуры, её множественность, выражающаяся в многообразии каналов распространения информации. Важным обстоятельством становится то, что основным источником информации любого рода становится экран, а технологии оцифровки и интернета приводят к тому, что в информационный поток включается и традиционная культура [1]. Эти тенденции развития современного общества и культуры находят отражение и в повседневной жизни каждого человека и выражаются в постоянном контакте с экраном [2]. Возрастает также степень взаимодействия человека с таким привычным еще до появления компьютеров и интернета феноменом, как телевидение. Современному зрителю все реже подходит определение «зритель», и все чаще он определяется как пользователь. Привязанность к экрану телевизора больше не характеризует потребителя телевизионной продукции [3].

Аудиовизуальная (экранная) культура, изначально исключавшая контакт зрителя с оригиналом и подразумевающая возможность тиражирования, стала базовым компонентом в пространстве интернета. «Видеовзрыв» 80-х годов XX столетия можно сегодня расценивать как некий подготовительный этап к ситуации, с которой мы столкнулись сегодня, когда при помощи интернета архивируется чуть ли не каждый момент жизни человека. Реципиент 21 века потребляет больше информации и сам становится все более видимым и слышимым другими [4]. Видеопродукция является доминирующей составляющей всей аудиовизуальной продукции. К видео также можно относить весь массив продукции, изначально снятый на пленку и затем оцифрованный и перемещенный в интернет-пространство. У синефилов сегодня появилась возможность скачивания фильмов в интернете. В данном случае потребление кинофильмов максимально индивидуализировано. Более того, просмотр фильма дополнен возможностью в любой момент обратиться в

дополнительным материалам. Таким образом получает продолжение идея «фильма-книги», состоящего из целого ряда репрезентаций (выставка, видеоматериалы, DVD-диск, книга), реализованная Ж.-Л. Годаром [5]. Т. Эльзессер характеризует сегодняшнюю синефилию как «поставторскую», «посттеоретическую», так как процессы взаимодействия с кинопродукцией перемещаются из кинозалов и фестивалей на страницы специальных форумов, сайтов о кино [6]. Интернет в данном случае берет на себя посредническую функцию.

Итак, можно сделать вывод, что феномен «нового зрителя» подготавливался еще и процессами переориентировки в более традиционной области фильмопотребления, когда возникли альтернативные возможности потребления на тот момент видеопродукции. С появлением интернета, который выступает новой средой бытования различной видеопродукции, вновь актуализируются проблемы начала 1990-х годов, среди которых: «быстро увеличивающийся поток разнохарактерной, часто непривычной аудиовизуальной информации требует активных мер по воспитанию нового зрителя, прежде всего — культуры его выбора; переход традиционного кинолюбительства на новую видео-технологии»[7]. Важно, что скорость создания такой продукции сегодня значительно увеличилась за счет использования цифровых камер.

«Видиоты» — так иронично назвали потребителей видеопродукции американские социологи Читрон и О'Тул [8]. Такая попытка обозначить персонажей, потребляющих видео в неограниченных количествах из самых разных источников, несет в себе явно негативный оттенок.

Но наравне с таким определением рождается представление о реципиенте как о *telespect-acteur* — то есть, телезрителе-актере, соавторе [9]. В связи с тем, что интернет становится средой и инструментом бытования и создания художественных произведений возникают такие понятия как *concepteur* и *interacteur*. На базе специфических свойств, которые дают современная техника и коммуникационные технологии человеку (мультимедиа, интерактивность, виртуальность, гипертекст), самым явным способом отношения реципиент-автор испытывает на себе воздействие новых технологий в новаторских формах, которые сегодня относят к произведениям интерактивного искусства, медиаарта, нет-арта [10].

Само слово потребление, которое приходится постоянно употреблять в данном тексте имеет негативные коннотации, так как связано с феноменом общества потребления, подвергающемся критике со стороны некоторых авторов, о чем можно судить в том числе по названиям некоторых книг [11]. Интернет видится многими как угроза, таящая в себе множество опасностей, глобальная помойка, в которой пользователь рискует утратить всякие ориентиры. Но в то же время возникают определения, условно говоря, реабилитирующие современного потребителя медиапродукции. Одним из таких терминов становится «просьюмер» [12]. Идея о потребителе-производителе как о компетентном пользователе реализуется и посредством новых экономических моделей, позволяющих при помощи интернета финансировать начинания авторов (краудсорсинг), так и в творческих проектах,

задействующих видеоматериалы пользователей интернета (например, таким образом в 2011 году был создан фильм «Жизнь за один день»).

Основными предпосылками для новых взаимодействий автора-зрителя-актера, становятся такие феномены, как интерактивность, гипертекст. Все характеристики «нового зрителя» связаны в первую очередь с технологическим опосредованием.

Знаком осознанного потребления и попытки приспособиться к потоку разного рода продукции в сети становится явление «фолксономии», образованный путем скрещивания термина таксономия и folk (народ) [13].

Спектр образовавшихся неологизмов свидетельствует о важных изменениях в связях реципиента с произведениями экранной культуры. Зрителя можно характеризовать не только как бездумного потребителя и жертву заппинга [14].

Примечания:

1. В интернете получают распространение виртуальные версии музеев изобразительного искусства, например, <http://www.googleartproject.com>. А также виртуальные музеи, не имеющие воплощения в «первой реальности».
2. Речь не только о постоянном зрительном контакте, но и о тактильном контакте с сенсорным экраном мобильных телефонов и других портативных устройств. При помощи этих «гаджетов» также человек постоянно включен в пространство интернета, насыщенное аудиовизуальными артефактами.
3. Современный зритель больше не привязан к экрану телевизионного приемника, так как он может использовать для просмотра телевизионной продукции множество других устройств, в том числе экран мобильного телефона, подключенного к интернету. Доступ к телевизионной продукции также сегодня осуществляется через сайты телеканалов. Все это происходит в рамках процесса конвергенции телевидения и интернета.
4. Новые аудиовизуальные технологии / отв.ред. - К.Э. Разлогов. М. : Эдиториал УРСС, 2005. - С.688.
5. Иоскевич Я. Б. Сто лет аудиовизуальной культуры Франции. Ч. 2. Кино, телевидение (видеоарт), начало сетевого творчества (1939-1995) / Рос. Ин-т истории искусств. - Спб. : РИИИ, 2001. С.231.
6. Elsaesser T. Cinephilia or the Uses of disenchantment // Cinephilia: Movies, Love and Memory. Amsterdam University Press, Amsterdam 2005. P. 13. Электронный доступ: <http://ru.scribd.com/doc/77618768/2/Cinephilia-or-the-Uses-of-Disenchantment>
7. Горизонты культуры: сборник научных трудов РИИИ / РИИ. – СПб. 1992. - с. 90.
8. Новые аудиовизуальные технологии. С. 63.
9. Там же. С. 697
10. Иоскевич Я. Б. Интернет как новая среда художественной культуры. СПб.: РИИИ, 2006.
11. Де Грааф Д., Ванн Д., Нэйлор Т.Х. Потреблятьство: болезнь, угрожающая миру. М., 2003.
12. Просьюмер — от англ. prosumer, образованного от слов professional либо producer (профессионал или продюсер) и consume (потреблять). Термин впервые был предложен А.Тоффлером в книге «Третья волна» (1980).
13. «Фолксономия — народная классификация, практика совместной категоризации информации (ссылок, фото, видео клипов и т. п.) посредством произвольно выбираемых меток, называемых тэгами (tags).
14. Разлогов К. Экран как мясорубка культурного дискурса // Экранная культура. Теоретические проблемы. СПб., 2012. С. 27.

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

Стр.

Клягин С.В.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ДИАЛОГ В СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ
ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА 3

Калмыков А.А.

ЭФФЕКТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, СИМУЛЯТИВНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ,
ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО 4

Баркова Э.В.

НОМО COMMUNICATIVUS КАК СУБЪЕКТ ВОЗРОЖДЕНИЯ XXI ВЕКА 6

Рудская Н.В.

ИСТОРИЧЕСКОЕ ЗНАНИЕ И ГЕРМЕНЕВТИКА В УСЛОВИЯХ MASS
MEDIA ТЕХНОЛОГИЙ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА XXI ВЕКА 10

Савруцкая Е.П.

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ
РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ 15

Кулсариева А.Т.

МОДЕРНИЗАЦИЯ И ОБРАЗОВАНИЕ «ЦИФРОВОГО» ПОКОЛЕНИЯ 17

Подгурецки Ю., Смирнов И.В.

RERUM SOCIALIUM DISQUISITIONES RUSSICAE-POLONICAE
XX. По поводу психологической теории коммуникации 21

Секция 1. ФИЛОСОФИЯ КОММУНИКАЦИИ

Богданова В.О., Борисов С.В.

КОНСТРУИРОВАНИЕ РЕАЛЬНОСТИ В ПРОЦЕССЕ
КОММУНИКАЦИИ..... 26

Гаранина О.Д.

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПАРАДОКС ИНФОРМАЦИОННОЙ РЕАЛЬНОСТИ 27

Глазкова С.А.

ТЕХНОЛОГИЯ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В МОБИЛЬНОМ
КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ 29

Евсеева Л.И.

ПРОБЛЕМА ЛИЧНОСТНОЙ ОБУСЛОВЛЕННОСТИ РАЗВИТИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ 30

Петряков Л.Д.

ПРОСТРАНСТВО ДИСКУРСА КАК ИСТОЧНИК СУГГЕСТИВНЫХ
ВЫСКАЗЫВАНИЙ 32

<i>Петина М.А.</i>	
БЫТИЕ И КОММУНИКАЦИЯ КУЛЬТУРЫ	34
<i>Язовник М., Язовник Л.</i>	
ИСТОРИОГРАФИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОММУНИКАТИВНАЯ. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ И. КОЧУБЕЯ В КОНТЕКСТЕ МЕТОДОЛОГИИ ИСТОРИЧЕСКОГО И ИСТОРИКО-КРАЕВЕДЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	35
<i>Березовская И.П.</i>	
СПЕЦИФИКА ПОНИМАНИЯ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ИСКУССТВА	39
<i>Туминская О.А.</i>	
МЕТОД ГЕРМЕНЕВТИКИ В ТРАКТОВКЕ ИКОНОПИСНЫХ АТТРИБУТОВ СВЯТЫХ ЮРОДИВЫХ	44
<i>Шелепанова Т.В.</i>	
КОММУНИКАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ПОСТНЕКЛАССИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОГО ЗНАНИЯ	45
<i>Циесельски Р.Р.</i>	
КОММУНИКАЦИЯ И МУЗЫКАЛЬНАЯ КРИТИКА. МОРИС РАВЕЛЬ В ПОЛЬСКОЙ КРИТИКЕ 1918—1939 ГОДОВ	47

Секция 2. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫЕ СЕТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА – НАУКА И КУЛЬТУРА

<i>Иванов М.Вас.</i>	
НАУКА И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОБЩЕСТВА	53
<i>Уткина М.М.</i>	
КОММУНИКАТИВНАЯ ПРИРОДА НАУКИ В «ОБЩЕСТВЕ ЗНАНИЯ»	56
<i>Тарасова И.В.</i>	
ФИЛОСОФСКИЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ КОГНИТИВНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	60
<i>Бельская Т.В.</i>	
ИНТЕРАКТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В НАУКЕ И ОБРАЗОВАНИИ	63
<i>Жиндеева Е.А.</i>	
КАРТИНА МИРА В СТРУКТУРЕ КОММУНИКАТИВНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ПОНИМАНИЯ ТЕКСТА	65
<i>Сороко С.М.</i>	
ПРОБЛЕМАТИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АБСТРАКТНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ КУЛЬТУРЫ	66
<i>Трофимова В.С.</i>	
КОММУНИКАТИВНЫЙ КОНЦЕПТ «РЕСПУБЛИКА УЧЕНЫХ» В ПРОСТРАНСТВЕ РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ ВЕКА ПРОСВЕЩЕНИЯ	69

<i>Каширина О.В.</i>	
ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КУЛЬТУРЫ ВРЕМЕНИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СНГ	70
<i>Луговая Е.К., Сиволан Т.Е.</i>	
НАУКА И ИСКУССТВО В ПОИСКАХ ДИАЛОГА	77
<i>Попов Д.Г.</i>	
РОЛЬ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ СПБГПУ В ФОРМИРОВАНИИ ПАРТНЕРСКОЙ СЕТИ В НАЦИОНАЛЬНОМ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ	79
<i>Сергеев В.А.</i>	
ЗАДАЧИ И ИННОВАЦИИ В ИТ-СИСТЕМАХ	81
<i>Сергеев Е.Ю.</i>	
ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ	91
<i>Сусская О.А.</i>	
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА	93
<i>Блохина М.В., Григорьев Л.Г.</i>	
ВУЗОВСКАЯ БИБЛИОТЕКА В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА	96
<i>Шестакова И.Г.</i>	
ИНФОРМАЦИЯ КАК ФАКТОР КАЧЕСТВЕННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ СОЦИУМА	97
<i>Грачев В.И.</i>	
КОММУНИКАТИВНАЯ КАРТИНА СОВРЕМЕННОГО МИРА КУЛЬТУРЫ (ИНФОРМАЦИОННО-АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ)	98
 Секция 3. ИННОВАЦИИ И ОБРАЗОВАНИЕ: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ	
<i>Антонова И.Б.</i>	
РОЛЬ И МЕСТО РИТОРИКИ В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОСТИ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ	107
<i>Арканникова М.С.</i>	
ТРАНСФОРМАЦИЯ ИМИДЖА СОВРЕМЕННОГО ИНЖЕНЕРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: ИМПЕРАТИВ ОЖИДАНИЙ	108
<i>Сазина И.В.</i>	
ДИАЛОГ КАК ЦЕННОСТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ПРЕДМЕТ ЭСТЕТИКИ ОБРАЗОВАНИЯ	111
<i>Болотникова Е.Н.</i>	
РЕФОРМА ОБРАЗОВАНИЯ В ПЕРСПЕКТИВЕ ЗАБОТЫ О СЕБЕ	114

Даниелян Н.В. ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ	116
Мерзлякова Н.Н. ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ	118
Бузская О.М. ЭКОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ КАК РЕСУРС ОПТИМИЗАЦИИ КАЧЕСТВА СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ	119
Барабанова Н.Р. ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ	121
Гуриева С.Д. ВЕРБАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ	122
Матвейчук Е.Ф. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ ЯЗЫКА	124
Науменко Н.В. НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ	128
Петренко О.Л. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ	129
Подлиняева О.А., Николаенко С.Н. ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ СЕТЕВОГО ВИКИ-ПРОЕКТА "СУМСКИЕ ЛЕТОПИСИ" ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИКТ- КОМПЕТЕНТНОСТИ УЧИТЕЛЕЙ ОБЩЕСТВЕННО-ГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН В СИСТЕМЕ ПОСЛЕДИПЛОМНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	134
Лазарева А.Н. РАЗРАБОТКА МЕТОДОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРОЦЕССА ВЫБОРА ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ТРАЕКТОРИИ ИНДИВИДУУМА	135
Зорина О.Ю. ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ ВЫБОРА ПОТРЕБИТЕЛЕМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВУЗА В ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ МОНИТОРИНГА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ	139

Секция 4. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ СРЕДЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА - ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Осипова-Дербас Л.В.

СОЦИАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В
ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ 143

Гнатюк О.Л.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: ЗНАЧЕНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО
ПОДХОДА 145

Гашикова Е.М.

СОЦИОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ 148

Чечикова Г.Н.

МЕДИАКУЛЬТУРА КАК НОВАЯ КУЛЬТУРНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ 150

Карулина Т.Б.

КОММУНИКАЦИИ В «МЕЖКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ» -
ИСТОРИКО-ГНОСЕОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ 153

Рогозина О.Л.

ПРОСТРАНСТВО И СУБЪЕКТЫ СОВРЕМЕННОГО МЕЖКУЛЬТУРНОГО
КОММУНИКАТИВНОГО ПРОЦЕССА 158

Кривых Е.Г.

КОММУНИКАТИВНЫЙ МЕТОД КАК ГУМАНИТАРНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В
ИССЛЕДОВАНИИ МЕГАПОЛИСА 162

Радионова Л.А.

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ЗНАКОВО-СИМВОЛИЧЕСКИЙ
АППАРАТ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА 164

Рафальский И.А.

ФЕНОМЕН ИДЕНТИЧНОСТЕЙ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ 168

Балинченко С.П.

ФРЕЙМЫ «АГРЕССОР» И «ЖЕРТВА» В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ПЕЙОРАТИВНЫХ ШУТОК В «THE
DAILY TELEGRAPH») 170

Вертянкина Н.В., Гоцык А.В.

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ СОХРАНЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ
СПЕЦИФИКИ В РАЗВИТИИ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ
(НА ПРИМЕРЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ) 171

Владимирова Т.В.

СЕТЕВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК СТРУКТУРЫ НАКОПЛЕНИЯ
ДЕВИАЦИИ/ИННОВАЦИИ 177

Суханова Н.Е.

ТУРИЗМ КАК ФЕНОМЕН МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ 187

Секция 5. ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА В СОЦИОТЕХНИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Поздеева Е.Г.

ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА:
СТРУКТУРНЫЕ АСПЕКТЫ 190

Денисков А.В.

МИФ КАК СРЕДСТВО ПРОЕКТИРОВАНИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ 192

Кильдишев К.Ю.

МОТИВАЦИЯ ТРУДА КАК ЧАСТЬ КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ
УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ 194

Кильдишев Ю.Г.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ И
ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО НАЛАЖИВАНИЯ СВЯЗУЮЩИХ
ПРОЦЕССОВ В ОРГАНИЗАЦИИ 195

Медведев М.А.

ЭФФЕКТ ИНТЕРАКТИВНОСТИ. АКЦИОЛОГИЧЕСКИ ОБОСНОВАННОЕ
СОТВОРЧЕСТВО КАК ОППОЗИЦИЯ ПРАГМАТИЧЕСКОЙ ТЕХНОЛОГИИ .. 196

Нижегородов А.В.

ДОСТУПНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В УСЛОВИЯХ
ГЛОБАЛИЗАЦИИ 199

Шацкая С.Е.

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ
СОВРЕМЕННОГО ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА 201

Секция 6. КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

Суший Е.В.

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННЫХ ГИБРИДНЫХ
РЕЖИМОВ 205

Бушковский А.В.

КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ ГОСУДАРСТВА «ВТОРОГО
ЭШЕЛОНА» 209

Живодер В.Ф., Крюков А.И.

КОММУНИКАЦИЯ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И
ОБЩЕСТВЕННОСТИ КАК ФАКТОР ДЕМОКРАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА 211

Лукьянова Н.А.

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ЭТИКА ОТВЕТСТВЕННОСТИ В
ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ 213

Луценко С.Н.	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ НА ОСНОВЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	214
Мадиссон В.В.	
ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭЛИТА: ОСОБЕННОСТИ РЕКРУТИРОВАНИЯ И ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ УКРАИНЫ)	216
Пархоменко Н.В.	
УКРАИНСКАЯ ВНЕШНЯЯ ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ	220
Сидорова А.Г., Гундарин М.В., Красникова Т.С.	
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИИ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ С НАСЕЛЕНИЕМ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ	222
Скорнякова С.С.	
ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В РОССИИ НАКАНУНЕ ВЫБОРОВ: ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ	227
Турченко Ю.В.	
ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ВОЕННОГО И ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ	229
 Секция 7. КОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ	
Соколова Н.А.	
МАНИПУЛЯЦИЯ КАК КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА	242
Лукьянов Д.В.	
АГРЕССИЯ БЕЗОПАСНОСТИ	244
Муликова Н.А.	
КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМНОМ ПРОСТРАНСТВЕ	249
Позднякова А.И.	
НЛП В ЭКОЛОГИИ: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?	253
Рябухина В.В.	
ТЕХНОЛОГИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ И СОЗНАНИЕ. МЕМЫ, ЭТИКА, МОРАЛЬ	257
Иванов М.Вяч.	
УТОПИЯ АРКАДИИ: РЕЛИГИОЗНЫЕ И СЕКУЛЯРНЫЕ ФОРМЫ	263
Тараканова Т.С.	
ВЛИЯНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭЛИТЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ПОЛИТИКО-КОММУНИКАТИВНОМ ПРОЦЕССЕ	265
Новикова Е.С.	
О ВЛИЯНИИ СМИ НА РЕПРОДУКТИВНЫЕ УСТАНОВКИ	266

Домбровска А., Подгурецки Ю.

THE PERCEPTION AND UNDERSTANDING IN PROCESS OF
INTERPERSONAL COMMUNICATION. SOCIAL AND INTERPERSONAL
RECOGNITION. CHARACTERISTIC OF INTERPERSONAL MEETING
PROCESSES 268

Мельниченко А.А.

СИМВОЛИЧЕСКИЕ РАЗМЕРНОСТИ ЖИЗНЕННОГО МИРА 273

Секция 8. ЛИЧНОСТЬ В ИНФОРМАЦИОННОМ И СЕТЕВОМ ОБЩЕСТВЕ

Шипунова О.Д., Бунеева А.М.

ЖИВОЕ ЗНАНИЕ И ПРОБЛЕМА СВОБОДЫ В ИНФОРМАЦИОННОМ
ОБЩЕСТВЕ 277

Евграфова Т.Н.

МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ ЛИЧНОСТИ В
ИНФОРМАЦИОННОМ И СЕТЕВОМ ОБЩЕСТВЕ 281

Бутурлина О.В.

ТВОРЧЕСТВО ЛИЧНОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ 283

Быльева Д.С.

ЗНАЧЕНИЕ ЗНАКОВ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ В СЕТЕВОЙ
КОММУНИКАЦИИ 287

Покровская Е.М.

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ
ЛИЧНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ 289

Кондратьева М.В.

СОЦИАЛЬНО ЖЕЛАТЕЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СТРУКТУРЕ
СОВРЕМЕННОГО МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ 290

Борисевич О.А.

ВЛИЯНИЕ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ГЕРОЕВ НА ЦЕННОСТИ
СЕЛЬСКИХ ДЕТЕЙ 293

Мусакова С.А.

К ВОПРОСУ О ХАРАКТЕРИСТИКЕ «НОВОГО РЕЦИПИЕНТА» В
УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА 295

Коммуникативные стратегии
информационного общества

Труды
V Международной научно-теоретической конференции
14 – 16 ноября 2012 года

Лицензия ЛР № 020593 от 07.08.97

Налоговая льгота – Общероссийский классификатор продукции ОК 005-93, т.2; 95 3004 –
научная и производственная литература

Подписано в печать 07.11.2012

Формат 60×84/16.

Заказ 391

Усл.печ.л. 19,25

Уч.-изд.л.

Тираж 150

Отпечатано с готового оригинал-макета, предоставленного организаторами конференции,
в типографии Издательства Политехнического университета.

195251, Санкт-Петербург, Политехническая, 29.

Телефон: (812) 550-40-14

Факс: (812) 297-57-76